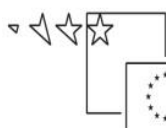




REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

STROKOVNA KOMUNIKACIJA V TUJEM JEZIKU IN KULTURI – NEMŠČINA

EMILIJA MESOJEDEC

Višješolski strokovni program: Medijska produkcija
Učbenik: Strokovna komunikacija v tujem jeziku in kulturi – nemščina
Gradivo za 1. letnik

Avtorica:

Emilija Mesojedec, prof. nem. in fr.
Višja strokovna šola
ACADEMIA. d.o.o,



Strokovna recenzentka:

Ljudmila Liponik, prof. nem. in fr.

Lektorica:

Ljudmila Liponik, prof. nem. in fr.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

811.112.2'373.46:654.1 (075.8)

MESOJEDEC-Erlh, Emilija

Strokovna komunikacija v tujem jeziku in kulturi. Nemščina
[Elektronski vir] : gradivo za 1. letnik / Emilija Mesojedec. - El.
knjiga. - Ljubljana : Zavod IRC, 2011. - (Višješolski strokovni
program Medijska produkcija / Zavod IRC)

Način dostopa (URL): http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokument/STROKOVNA_KOMUNIKACIJA_V_TUJEM_JEZIKU_IN_KULTURI-MESOJEDEC.pdf. - Projekt Impletum

ISBN 978-961-6857-12-3

258156288

Izdajatelj: Konzorcij višjih strokovnih šol za izvedbo projekta IMPLETUM

Založnik: Zavod IRC, Ljubljana.

Ljubljana, 2011

Strokovni svet RS za poklicno in strokovno izobraževanje je na svoji 132. seji dne 23.9.2011 na podlagi 26. člena Zakona o organizaciji in financiranju vzgoje in izobraževanja (Ur. l. RS, št. 16/07-ZOFVI-UPB5, 36/08 in 58/09) sprejel sklep št.01301-5/2011/11-2 o potrditvi tega učbenika za uporabo v višješolskem izobraževanju.

© Avtorske pravice ima Ministrstvo za šolstvo in šport Republike Slovenije.

Gradivo je sofinancirano iz sredstev projekta Impletum 'Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11'.

Projekt oz. operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete 'Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja' in prednostne usmeritve 'Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja'.

Vsebina tega dokumenta v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino dokumenta nosi avtor.

INHALTSVERZEICHNIS

KAPITEL 1

1. MEDIENBRANCHE	6
1.1 EINSTIEG.....	6
1.2 BEGRIFF	6
2. MULTIMEDIA-BRANCHE	9
2.1 EINSTIEG	9
2.2 BERUFE	9
2.2.1 Bekannte deutsche Multimediaberufe:	9
2.3. UNTERNEHMENSPRÄSENTATION	12
2.3.1 Strukturdaten.....	12
2.3.2 Organigramm	14
2.4 JOBBÖRSE.....	17
2.4.1 Visitenkarte	17
2.4.2 Jobangebot.....	19
2.4.3 Bewerbung.....	21
2.4.4 Lebenslauf.....	24
2.4.5 Vorstellungsgespräch	25
3. IM TEAM SPRECHEN	27
3.1. EINSTIEG.....	27
3.2 EINE DISKUSSION VORBEREITEN	27
3.3 REDEMittel ZUR DISKUSSION	28
4. ABSCHLUSS DES 1. KAPITELS	30

KAPITEL 2

1. ZAHLEN	34
1.1 EINSTIEG.....	34
1.2 ZAHLEN IN DATEN	34
2. TELEFONIEREN	35
2.1 EINSTIEG	35
2.2 AUSLANDSGESPRÄCHE FÜHREN	36
3. JOB-KNIGGE.....	42
3.1 EINSTIEG.....	42
3.2 DIE ETIKETTE SICHER IM GRIFF	42
3.3 ZEHN KNIGGE-FEHLER.....	45
4. PRODUKTVORSTELLUNG	48
4.1 EINSTIEG	48
4.2 MULTIMEDIALE ANGEBOTE	48
4.2.1 DVDs.....	48
4.2.2 Animationen	49
4.2.3 Internet-Clips	49
5. ABSCHLUSS DES 2. KAPITELS	51

KAPITEL 3

1. MEDIEN.....	55
1.1 EINSTIEG	55
1.2 BEGRIFF	55
2. DRUCKMEDIEN	59
2.1 EINSTIEG	59
2.2 ZEITUNGEN	59
2.3 BÜCHER	64
2.4 WERBUNG	66
3. TONMEDIEN	69
3.1. EINSTIEG	69
3.2 HÖRFUNK	69
3.3 MUSIKGERÄTE	71
4. BILD-TONMEDIEN	73
4.1. EINSTIEG	73
4.2 FERNSEHEN	73
4.2.1 Fernsehreportage.....	73
4.3 FILM UND KINO	75
4.3.1 Kino-Fachausdrücke in Bildern	75
4.3.2 Kino-Fachausdrücke in Wort	76
4.4 VIDEOS	78
4.4.1 Videokamera	78
5. ABSCHLUSS DES 3. KAPITELS	79

KAPITEL 4

1. MESSEN.....	84
1.1. EINSTIEG	84
1.2. MESSEN IN DEUTSCHLAND	84
2. KOMMUNIKATION	88
2.1. EINSTIEG	88
2.2 ZIMMERRESERVIERUNGEN	88
2.2.1 Mündlich: telefonisch.....	88
2.2.2 Schriftlich: elektronisch	90
2.3 BERUFLICHE KORRESPONDENZ	93
2.3.1 Anfrage	93
2.3.2 Angebot	96
2.3.3 Bestellung.....	100
2.3.4 Auftragsbestätigung	102
2.3.5 Reklamation	103
3. ABSCHLUSS DES 4. KAPITELS	105

KAPITEL 5

1. INFORMATIONSGESELLSCHAFT	109
1.1 EINSTIEG	109
1.2 BEGRIFF	109

2 INFORMATIONSMANAGEMENT	111
2.1 EINSTIEG	111
2.2 BEGRIFF	111
3 MULTIMEDIA	113
3.1 EINSTIEG	113
3.2 BEGRIFF	113
3.3 KENNZEICHEN FÜR MULTIMEDIA	115
4. COMPUTER	116
4.1 EINSTIEG	116
4.2 BESTANDTEILE	116
4.3 COMPUTER-KNIGGE	119
5. INTERNET	121
5.1 EINSTIEG	121
5.2 BEGRIFF	121
5.3 DIENSTE IM INTERNET	122
5.4 ZUKUNFTSVISIONEN	124
5.4.1 Die Online-Zukunft getestet	126
6. ABSCHLUSS DES 5. KAPITELS	129
LÖSUNGSSCHLÜSSEL	133
LITERATUR und QUELLENVERZEICHNIS	139

PREDGOVOR

»Kein Denken,
keine Wissenschaft,
keine Kunst ohne
Material.«
(Döblin)



Drage študentke, dragi študenti,

vabim vas na potovanje z učbenikom Strokovna komunikacija v tujem jeziku in kulturi – nemški jezik. V prvem poglavju vas bo učbenik popeljal po delovnem okolju nemško govorečega področja in vas usmeril v vaš delovni svet; v tretjem poglavju bo predstavil vašo stroko in vas napotil v predstavitev vašega dela; v drugem poglavju vas bo vodil po medkulturnem komuniciranju v nemškem jeziku v govornih spretnostih in v četrtem poglavju v pisnih spretnostih; v petem poglavju pa vam bo predstavil sodobne medije, v katerih boste našli ustvarjalne izzive. Vmesne postaje so testi na koncu vsakega poglavja.

»Die Übung kann fast
das Gepräge der
Natur verändern.«
(Shakespeare)

Teme vas spodbujajo k razmišljanju in aktivnostim, vaje vas vodijo k zastavljenemu cilju, tudi z rešitvami v dodatku. Na tej poti potrebujete nekaj usmerjevalnih znakov:



bralno razumevanje



utrjevanje besedišča



ustno izražanje



pisna spretnost



slušno razumevanje



naloge in informacije z medmrežja



medijske predstavitve

Aus: pod besedilom = prevzeto iz vira

Nach: pod besedilom = prirejeno po viru

Abb. = slika, Quelle ob slikah = vir.

Želim vam vznemirljivo potovanje in veliko prijetnih nadaljevanj.

Avtorica

KAPITEL 1

„Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg.“

Redensart

Am Ende dieses Kapitels werden Sie in der Lage sein:

- den Begriff »Medienunternehmen« zu erklären und im Team darüber zu sprechen, sich über das größte deutsche Medienunternehmen zu äußern und Ihr Wissen über die wichtigsten slowenischen Medienunternehmen auszutauschen,
- deutsche Multimediaberufe zu nennen und sie anhand der Webinformationen zu präsentieren, über Ihren Arbeitsbereich zu sprechen,
- Unternehmenspräsentation anhand der Strukturdaten zu erstellen und Strukturdaten einer Webpräsentation zu notieren und zu besprechen,
- ein Organigramm zu interpretieren und anhand Ihres Organigramm den Aufbau und die Funktionen der Abteilungen in Ihrem Unternehmen zu beschreiben,
- Rechtsformen und Betriebstypen von Unternehmen zu unterscheiden und zu vergleichen,
- sich und andere vorzustellen:
 - Jobangebote aus verschiedenen Medien zu verstehen,
 - ein Bewerbungsschreiben und einen Lebenslauf zu schreiben,
 - sich auf ein Vorstellungsgespräch vorzubereiten (Schule, Computerkenntnisse, Familie, Freizeit, Arbeitsplatz, ...),
- eine Diskussion vorzubereiten und dazu entsprechende Redemittel in der Diskussion anzuwenden,
- im Teamgespräch entsprechende Redewendungen richtig zu gebrauchen.

1. MEDIENBRANCHE

1.1 EINSTIEG

Was sind Ihre Assoziationen zum Thema Medienbranche?



Abb. 1: Apple-Boss Steve Jobs bei der Vorstellung des ersten iPads am 27. Januar 2010

Quelle:

<http://www.bild.de/BILD/digital/multimedia/2010/12/28/technik-highlights-2011/ipad-2-3-d-tv-ohne-brille-tablet-pcs.html>
(10. 1. 2011)

1.2 BEGRIFF

Zur Medienbranche gehören Unternehmen, die publizistische Medien betreiben oder für diese produzieren. Sie stellen gesellschaftliche Öffentlichkeit her, unterscheiden sich somit von Unternehmen anderer Industrien und unterliegen eigenen medienrechtlichen Bestimmungen. Sie sind wesentliche Urheber und Träger von Mode- und Meinungsströmungen in der Bevölkerung. Wegen ihrer realen oder vermuteten Deutungsmacht stehen besonders die großen Medienkonzerne im Zentrum medienpolitischer Debatten.

Medienkonzerne sind Zusammenschlüsse rechtlich selbstständiger Unternehmen, die den größten Teil ihres Umsatzes mit Presse-, Rundfunk-, Film-, Musik- oder Online-Inhalten erwirtschaften. Die fünf umsatzstärksten Medienkonzerne der Welt sind in US-amerikanischem Besitz. Time Warner führt das Ranking mit 33,735 Milliarden € (Geschäftsjahr 2007) an. Die Konzerne The Walt Disney Company, Comcast, News Corporation und Viacom belegen die Plätze zwei bis fünf. An sechster Stelle steht der größte europäische Medienkonzern, die deutsche Bertelsmann AG mit einem Umsatz von 18,758 Milliarden € im Jahr 2007. Als Motoren und Moderatoren der Globalisierung haben Medienkonzerne wirtschaftliche und meinungsbildende Macht.

Nach: <http://de.wikipedia.org/wiki/Medienunternehmen> (5. 4. 2011)

Ü1) Suchen Sie im Text passende Singular-/ Pluralform der Internationalismen und tragen Sie sie in die Tabelle ein.



Singular/Maskulinum	Singular/Femininum	Singular/Neutrum	Plural
		<i>das Medium</i>	
	<i>die Industrie</i>		
<i>der Konzern</i>			
			<i>die Zentren</i>
	<i>die Debatte</i>		
			<i>die Filme</i>
			<i>die Musiken</i>
<i>der Motor</i>			<i>die Motoren</i>
			<i>die Moderatoren</i>

Ü2 a) Finden Sie das passende Bestimmungswort aus der ersten Spalte zum angegebenen Grundwort.



Bestimmungswort	Grundwort	Zusammensetzung
<i>das Medium</i>	<i>der Inhalt</i>	
<i>die Meinung</i>	<i>die Strömung</i>	
<i>die Mode</i>	<i>der Schluss</i>	
<i>das Medium</i>	<i>der Inhalt</i>	
<i>zusammen</i>	<i>die Strömung</i>	
<i>die Presse</i>	<i>das Unternehmen</i>	
<i>der Film</i>	<i>der Konzern</i>	
<i>online</i>	<i>der Inhalt</i>	

Ü2 b) Nach welchem Wort richtet sich der Artikel der Zusammensetzung?



Ü3) Beantworten Sie folgende Fragen.



1. Was sind Medienunternehmen?

2. Welche Bestimmungen gelten für sie?

3. Was ist ihre Rolle in der Bevölkerung?

4. Womit sichern Medienkonzerne den größten Teil ihres Umsatzes?

5. Welche sind die sechs stärksten Medienkonzerne?

INFO zu Bertelsmann:

Klicken Sie die Webadresse unten und dann da auf die Markierung für den Bertelsmann-Imagefilm.

http://www.bertelsmann.com/bertelsmann_corp/wms41/bm/index.php?ci=203&language=1 (5. 4. 2011)



Ü4) Welche Medienunternehmen sind in Slowenien bekannt? Tauschen Sie Ihr Wissen in der Gruppe aus.



2. MULTIMEDIA-BRANCHE

2.1 EINSTIEG

Welche Assoziationen zur Multimedia-Branche weckt das Bild in Ihnen?

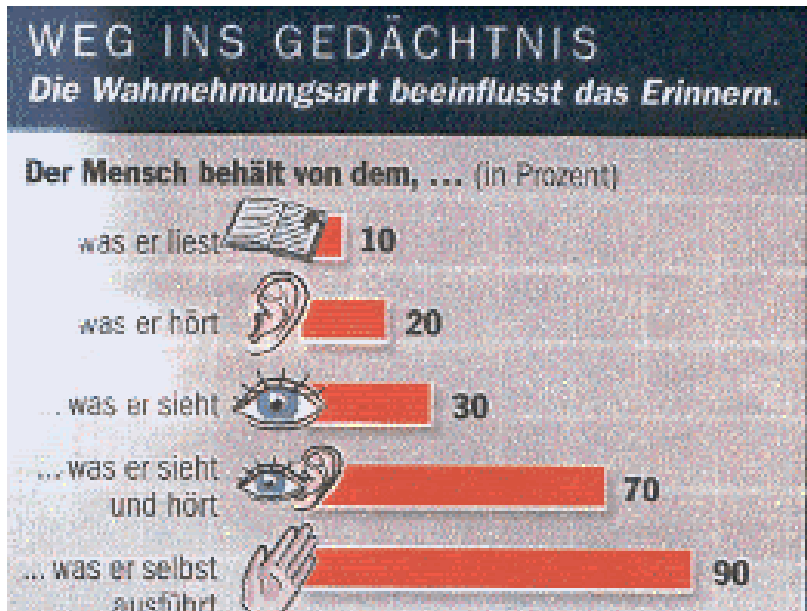


Abb. 2: Wahrnehmung
Quelle: Focus, Nr. 43,
(21. 10. 2002)

2.2 BERUFE

2.2.1 Bekannte deutsche Multimediaberufe:

Multimedia-Konzeptioner ,
Onlineredakteur,
Multimedia-Producer,
Screendesigner/in,
Multimedia-Programmierer,
Ausbildungsberufe in der Informations- und Kommunikationstechnik.

Screendesigner/in



Abb. 3: Screendesigner/in

Quelle: <http://www.vol.at/stellenangebot-screendesignerin/news-lj-kl588c8d39225f6fa53ee8957a875e7872> (26.4.2011)

Ü1) Lesen Sie den Text und ordnen Sie die Überschriften aus dem Kästchen einzelnen Absätzen zu.



Karrierperspektive, Aufgabe und Arbeitsbereich, Ausbildungsweg, Arbeitsablauf, Voraussetzungen,

1. _____

Der Screendesigner übernimmt die grafische Gestaltung der Bildschirmoberfläche (Screens) für Internet-Seiten, Online-Dienste und Multimedia-CD-Roms. Ziel ist es, eine Oberfläche so aufzubauen, dass sich die Nutzer schnell zurechtfinden. Dazu muss der Screendesigner eine Navigationsstruktur schaffen, die dem Nutzer die Orientierung erleichtert (Benutzerführung). Da Multimedia-Produkte mehrere Sinne gleichzeitig ansprechen, müssen Bild, Ton und Text optimal aufeinander abgestimmt werden. Der Screendesigner ist von der Konzeption bis zur Realisierung an der Gestaltung und Entwicklung der verschiedenen Online- (Web-Sites, Homepages etc.) und Offline-Produkte (CD, CD-Rom etc.) beteiligt. Dabei arbeitet er, je nach Größe der Agentur, eng mit Programmierern, Redakteuren, Grafikern, Konzeptionisten und Producenten zusammen.

2. _____

Die konkrete Arbeit des Screendesigners orientiert sich natürlich an der Aufgabenstellung - die Gestaltung einer Homepage für eine Firma kann schlicht und informativ sein, während z.B. interaktive Lernprogramme auf CD wesentlich komplexere Anforderungen stellen. Je nach Komplexität des Produkts ist dann auch die Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Programmierern um so intensiver. Je nach Aufwand delegiert der Screendesigner auch bestimmte Arbeitsbereiche an Animationsdesigner oder andere Spezialisten.

Je anspruchsvoller das Projekt, desto stärker kann der Screen-Designer in die Entwicklung der Struktur von Inhalten einbezogen werden.

3. _____

In diesem jungen Beruf gibt es noch keinen eindeutig festgelegten Ausbildungsweg. Empfehlenswert ist als Grundlage ein Grafik-Design-Studium mit Studienschwerpunkt im Bereich Neue Medien sowie Praktika z.B. bei Produktionsgesellschaften, Multimediaagenturen oder Softwarehäusern. Weiterbildungen im Bereich Screen-Design, DTP oder Multimedia-Design sind ebenfalls eine Möglichkeit.

4. _____

Ein Screendesigner muss über technisches Verständnis und sehr gute Anwenderkenntnisse der gängigen Software wie z.B. Photoshop und Macromedia Flash verfügen. Neben der Funktionalität gilt es auch immer, das vorgegebene Konzept überzeugend zu visualisieren. Dazu ist ein hohes Maß an Kreativität notwendig. Der Screendesigner sollte zudem sehr flexibel sein und viel Eigenengagement für die Screen-Gestaltung mitbringen. Belastbarkeit unter Zeitdruck und Stress gehört ebenfalls zu den notwendigen Eigenschaften für diesen Beruf.

5. _____

Screendesigner können freiberuflich arbeiten oder als Festangestellter einer Agentur zum Art Director oder Creative Director aufsteigen.

Nach: <http://agentur.de/arbeitsmarkt/ausbildung/berufemultimedia/screend> (8. 4. 2011)

Ü2) Finden Sie Informationen über die oben genannten deutschen Multimediaberufen im Web. Stellen Sie einen von diesen Berufen in der Gruppe vor.



Ü3) Welche Multimedia-Berufe gibt es in Slowenien? Beschreiben Sie Ihren jetzigen / fiktiven Arbeitsbereich.



2.3. UNTERNEHMENSPRÄSENTATION



Abb. 4: Heise-Unternehmenspräsentation

Quelle: <http://www.heise.de/ct/artikel/Wolkenkuckucksbuero-1229684.html>
(26. 4.2011)

2.3.1 Strukturdaten

Ertel&Friends Multimedia GmbH

Titel: Ertel & Friends Multimedia (EFM)

Branche: Dienstleistung

Organisationsform: Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Leistungsangebot: System-, Internet- Netzwerkservices, IT Lösungen, Multimedia, E- Marketing

Existiert seit: 1997

Adresse des Unternehmens: Industriestraße 4, 70565 Stuttgart,

Telefon: +49 (0)711 / 460 59 35 - 0

Telefax: +49 (0)711 / 460 59 35 - 9

E-Mail: info@efm.de

Geschäftsführer: Dr. Teja Sebastian Ertel, Thomas Klaube

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.): DE 232963021

Ü1) Ergänzen Sie die EFM- Präsentation anhand der Strukturdaten oben.



_____ (EFM) wurde im Jahr _____ als unabhängiges Unternehmen gegründet, mit dem Ziel, umfassende und innovative E-Business-Lösungen (Electronic Business) kostengünstig zu entwickeln.

Das Unternehmen hat zurzeit ihren Sitz in _____, _____straße 4 und die Rechtsform einer _____.

Es ist telefonisch unter _____ und unter dieser E-Mail-Adresse _____ erreichbar.

Zum Führungsteam gehören: Dr. _____ und _____.

Der erste Geschäftsführer war nach seinem Studium der Chemie mehrere Jahre als freier Unternehmensberater in den Bereichen E-Business-Strategie und IT-basiertes Projekt-Controlling tätig. Bei EFM ist er als Geschäftsführer zuständig für die Unternehmensstrategie und -entwicklung sowie für Beratung, Konzeption und E-_____.

Der zweite Mann im Führungsteam besitzt als Informatiker eine langjährige Erfahrung im Netzwerk-Consulting und -Management. So war er unter anderem als Backbone Engineer beim Deutschen Forschungsnetz (DFN) e.V. beschäftigt und unterstützte als freier Network Consultant namhafte Unternehmen bei der Lösung komplexer Netzwerkprobleme. Als Geschäftsführer der EFM leitet er die Bereiche System-, _____-, _____-services.

Die Philosophie von EFM ist die Integration von Beratung, Konzeption und Umsetzung zu einer ganzheitlichen Dienstleistung.

Nach: <http://www.efm.de/6.html> (12. 1. 2011)

Ü2) Finden Sie im Web eine Präsentation eines Multimediaunternehmens und notieren Sie seine Strukturdaten. HILFE: Vorschlag



Vorschlag: Video vom Unternehmen VISUAL-NET
<http://www.youtube.com/watch?v=djxMhholi4s> (12. 1. 2011)



Ü3) Tauschen Sie Ihre Notizen in der Gruppe aus.



2.3.2 Organigramm

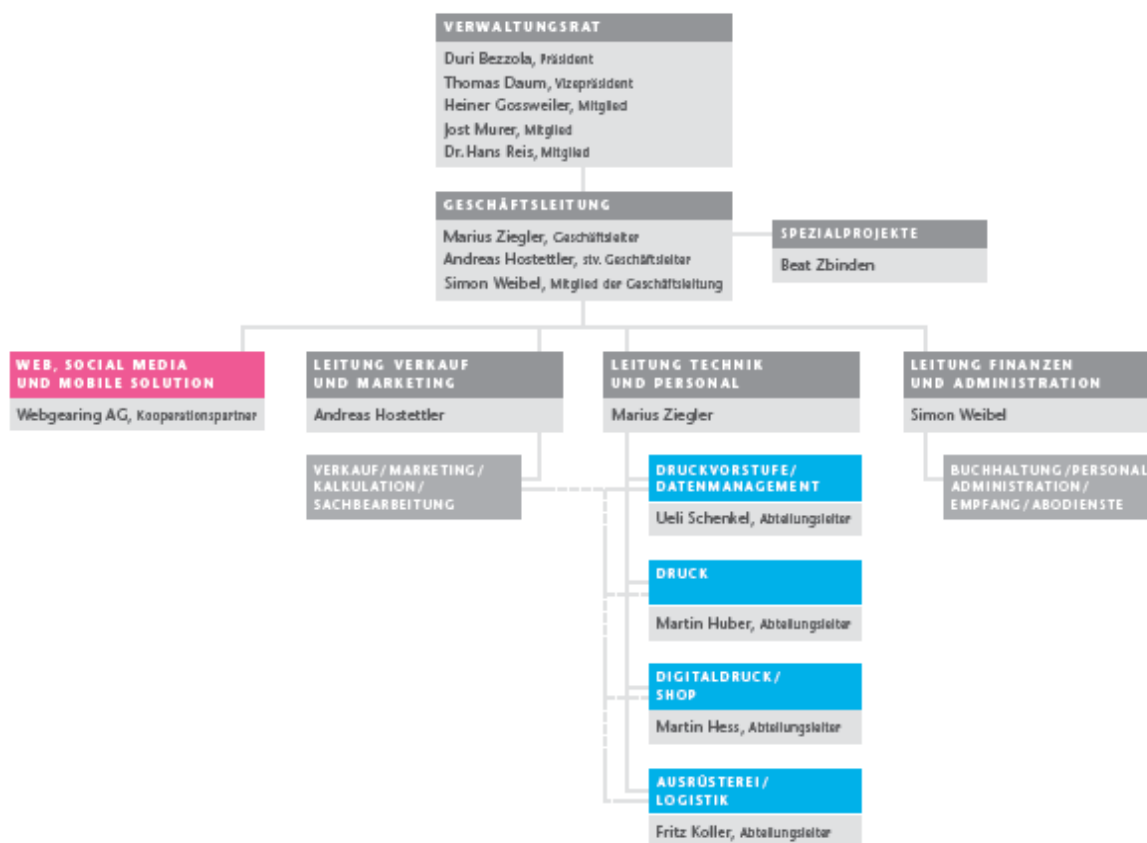


Abb. 5: Organigramm

Quelle: http://www.sihldruck.ch/fileadmin/sihldruck/pdf/Sihldruck_Organigramm11.pdf
(26.4.2011)

Ü1) Ergänzen Sie die Beschreibung der Unternehmensorganisation anhand des Organigramms.



Dieses Schweizer Medienunternehmen hat die Rechtsform einer Aktiengesellschaft (kurz AG).

Der Verwaltungsrat besteht aus _____ Mitgliedern. Seine wichtigsten unübertragbaren Aufgaben sind Supervision (Oberaufsicht), Strategies (Leitung der Organisation), Systems (Festlegung der Organisationsform, Rechnungswesen, etc) und Staff (Ernennen und Abberufen der Geschäftsleitung).

Zur _____ gehören Geschäftsleiter, stellvertretender Geschäftsleiter und _____ Mitglied. Die beaufsichtigen auch _____, die Frau Beat Zbider leitet.

Im Unternehmen gibt es _____ Hauptbereiche:

- Web, Social Media und mobile Solution,
- Verkauf und Marketing,
- Technik und Personal,
- Finanzen und Administration.

Den Bereich Web, Social Media und mobile Solution deckt Webgearing AG als _____.

_____ - und Marketing-Leitung entscheidet über die Verkaufs- und Marketingstrategie, Kalkulation und _____.

Der Bereich Technik und Personal umfasst vier Abteilungen: Druckvorstufe, Datenmanagement, Druck, Digitaldruck, Shop, _____ und Logistik. Sie arbeiten auch für die Abteilungen von Verkauf und _____.

Zum Bereich _____ und Administration gehören _____, Personal – _____, Empfang und Abodienste.

**Ü2) Üben Sie paarweise: Stellen Sie Fragen über das Personal des Unternehmens / Beantworten Sie die Fragen Ihres Kameraden.
HILFE: Redemittel**



REDEMITTEL

Wie heißt der/die Präsident/in des Verwaltungsrates?

Wer ist der stellvertretende Präsident?

...

Wer ist der/die Leiter/in von Verkauf und Marketing?

Wer leitet den Bereich Technik und Personal?

Wer ist der/die Abteilungsleiter/in im Druck?

Wer ist für Finanzen und Administration verantwortlich?

Ü3) Skizzieren Sie die Aufbauorganisation des Unternehmens, in dem Sie tätig sind – oder eines Unternehmens, das Sie gut kennen. Interpretieren Sie sie nach dem obigen Muster.



Ü4) Erläutern Sie in Ihrer Präsentation Übereinstimmungen und Unterschiede im Vergleich zum obigen Organigramm.



INFO: Betriebstypen

Nach Wirtschaftszweigen/ -branchen/ Tätigkeit	Nach Beschäftigungszahl	Nach Rechtsform*
Handwerks-/Industriebranchen	Kleinbetrieb bis 50	Einzelunternehmen
Dienstleistungsbranchen	Mittelbetriebe bis 500	Kapitalgesellschaften
	Großbetriebe bis 5000	Personengesellschaften.

Nach: http://doku.iab.de/mittab/1998/1998_2_MittAB_Rohr-Zaenker.pdf, S.16. (3. 1. 2011)

Ü5) Beschreiben Sie einige Unternehmen, die Sie kennen. HILFE: Muster



.

Muster:

- Firma x ist ein Kleinbetrieb, denn...
- Seine Tätigkeit ist...
- Die Rechtsform entspricht...
- Sie beschäftigen...

2.4 JOBBÖRSE

2.4.1 Visitenkarte



DAIMLER AG, Konzernzentrale

Dr. Ulrike Sachs
Personalwesen

Mercedesstr. 137
70327 Stuttgart
Deutschland

Tel.: +49 711 17 92110
Fax: +49 711 17 90876

Privat
Epplestraße 220
70567 Stuttgart

Mobil 01 77 - 60 18 74 2

Ü1) Wie erkundigt man sich nach den Daten der obigen Visitenkarte? Helfen Sie sich mit den Redemitteln aus.



z. B.: Wie ist der Name dieser Firma?

Ü2) Interviewen Sie einen Kollegen. Notieren Sie seine Antworten und berichten Sie darüber in der Gruppe.



REDEMITTEL

So fragt man nach den persönlichen Daten/ nach den Daten eine Unternehmens.

Wie ist sein/ihr/Ihr Name? / Wie heißt er/sie? Wie heißen Sie (mit Nachnamen)?

Bei welcher Firma arbeitet er/sie? ... arbeiten Sie?

Was ist seine/ihre/Ihre Stellung/Position in der Firma?

Was ist er/sie von Beruf? Was sind Sie von Beruf?

Wo ist der Sitz der Firma? / Was ist die Adresse der Firma?

Was ist die/seine/ihre/Ihre

Telefonnummer/Büronummer/Durchwahl/Faxnummer?

Was ist seine/ihre/Ihre Privatadresse/Privatnummer?

Woher kommen Sie? / Wo leben/wohnen Sie?

Was sind die Tätigkeitsbereiche seiner/ihrer/Ihrer Firma?

Ü3) Entwerfen Sie Ihre Visitenkarte.



2.4.2 Jobangebot



Ü1) Übersetzen Sie die Schlüsselwörter der Anzeige.



DAIMLER
Stellenangebot

Praktikum ab sofort im Bereich Web-Design und Multimedia

Aufgaben:

Der Bereich befasst sich mit Multimedia-Anwendungen und -Specials, Web-Design, Weiterentwicklung Styleguide, Videobearbeitung

Ihre Aufgaben innerhalb des Praktikums:

- Pflege und Weiterentwicklung des Daimler Web- und Multimedia Styleguide in direkter Zusammenarbeit mit dem verantwortlichen Mitarbeiter,
- Mitarbeit in einzelnen Multimedia-Projekten mit Macromedia Flash,
- Entwicklung und / oder Umsetzung von Website-Design auf Basis des aktuellsten Styleguides für Daimler-Websites,
- Eventuell Ausarbeitung und Gestaltung von Online-Konzepten und deren selbstständige Umsetzung.

Weitere Aufgaben nach Fähigkeiten

- Generell interessantes Aufgabenfeld für Studierende im Bereich Kommunikation / Grafik-Design,
- Abwechslung und interessante Aufgaben garantiert!

Qualifikationen:

- Studiengang: Design, Mediendesign, Multimedia, Grafikdesign Vertiefungsfächer: Multimedia, Kommunikationsdesign (Vordiplom nicht erforderlich),
- Sprachen: Deutsch und Englisch in Wort und Schrift,
- PC-Kenntnisse: Flash, HTML, JS, CSS, Dreamweaver, Freehand, Illustrator, InDesign, Photoshop, Premiere.

zusätzliche Informationen:

- Die Tätigkeit ist in Vollzeit, befristet auf 6 Monate.
- Ansprechpartner im Fachbereich: Herr Starke, Tel. 0711/17-49408.
- Interessiert Sie diese anspruchsvolle und vielseitige Tätigkeit? Dann bewerben Sie sich bitte ausschließlich online über unsere Homepage. Folgen Sie dem Button Onlinebewerbung und fügen Sie Ihre vollständigen Unterlagen als Anhang bei (Lebenslauf, aktuelle Immatrikulationsbescheinigung, aktueller Notenspiegel, relevante Zeugnisse und ggf. Pflichtpraktikumsnachweis).
- Gerne erwarten wir auch geeignete Bewerbungen von Schwerbehinderten.

Kurzinfos

Veröffentlicht am: 13.01.2011

Ausschreibungsnummer: 070054

Standortinformation: Stuttgart Zentrale

Abteilung: Corporate Design & Projects

Kontaktperson:

Frau Dr. Ulrike Sachs

Tel.:+49 711 17 92110

Fax:+49 711 17 90876

Tätigkeitsbereich: **Personalwesen**

Aus: <http://www.jobscanner.de/stellenangebote.php?show=68&firma=Daimler> (13. 1. 2011)

2.4.3 Bewerbung



Ü1) Schreiben Sie Ihre fiktive Onlinebewerbung zur obigen Anzeige auf.



Name:

Vorname:

Straße, Nummer:

PLZ - Ort:

 -

Land:

Telefon:

Fax:

E-Mail:

Führerscheinklasse:

Ich bewerbe mich auf eine Stelle als:

mein Profil:

Abenden

Interaktive Aufgaben zum Thema Online-Bewerbung :

Aus: <http://www.goethe.de/lrn/prj/mol/mln/de111655.htm> (6. 1. 2011)



Ü2) Ergänzen Sie diese schriftliche Bewerbung mit Ihren Daten. Korrigieren Sie dabei die Daten, die für Sie nicht geeignet sind.



Ihre Adresse

Ort, Datum

Adresse des Empfängers

Betreff Bewerbung

Anrede

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich beziehe mich auf die Netz-Anzeige ... und
bewerbe mich um das Praktikum im Bereich
... in Ihrer Firma.

**Bezug auf die Anzeige
Bewerbung um**

Zurzeit bin ich... beschäftigt und besuche auch die Höhere
Fachschule für Multimedia und werde sie im
Sommer 20__ abschließen.

**Schulbildung, berufliche
Erfahrungen**

Ich habe besondere Interessen für diesen Bereich. Interesse für...
sowie...

Kenntnisse

Eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch würde mich
freuen.

besondere Wünsche

Mit freundlichen Grüßen

Grußformel

Hans Klein

Unterschrift

Anlagen:

Lebenslauf, Zeugniskopie, Foto

Ü3) Wie wird das in einer Bewerbung formuliert?



1. allgemeine Anrede _____
2. Bezug auf die Anzeige _____
3. Bewerbung um _____
4. jetzige Arbeitsstelle _____
5. jetzige Schulbildung _____
6. besondere Interesse _____
7. allgemeine Grußformel _____

2.4.4 Lebenslauf

Vorname, Name
Straße
Ort
Slowenien
Telefonnummer:
E-Mail-Adresse:

Foto
(Passformat)

Lebenslauf

Geburtsdatum:
Geburtsort:
Staatsangehörigkeit: slowenisch
Familienstand: ledig/verheiratet/geschieden

Schule

Sept. 1997–Juni 2001: technisches Gymnasium
Abschluss: Abitur

Hochschulbildung

Seit Oktober 2010: Studium an der Höheren Fachschule
Studiengang: Multimedia
Zurzeit im letzten (zweiten) Studienjahr
Ende 2011/Anfang 2012: Abschluss mit Diplomarbeit
Notendurchschnitt: 7,5 (10 - die Höchstnote)
Schwerpunkte:
Sprachkurse: Fachsprache-Deutsch

Berufliche Erfahrung

Besondere Fertigkeiten

Organisationstalent, Fähigkeit im Team zu arbeiten, Führerschein,
Fremdsprachen: Englisch, Deutsch, sehr gut;
Kroatisch, gut

16. Januar 2011

Unterschrift

Quelle: eigene

Ü1) Schreiben Sie Ihren Lebenslauf nach dem vorgelegten Schema als Anlage der obigen Bewerbung / oder füllen Sie das Europass-CV-Formular aus.



Ü2) Welche Dokumente gehören zum EUROPASS?

http://europass.cedefop.europa.eu/europass/home/hornav/Introduction.csp?loc=de_D
[E](#) (12. 1. 2011)



2.4.5 Vorstellungsgespräch

Wenn Sie den engsten Kreis der Bewerber erreichen, können Sie Auge in Auge mit dem Personalentscheider zeigen, was in Ihnen steckt. Vorbei sind die Zeiten, wo Sie in der Masse nicht aufgefallen sind. Jetzt geht es nur noch um Sie.



Abb.6: Vorstellungsgespräch

Quelle: <http://www.bild.de/ratgeber/geld-karriere/vorstellungsgespraech/so-antworten-sie-auf-die-22-standardfragen-bei-der-bewerbung-10237506.bild.html> (26.4.2011)

Einige Anregungen zum Vorstellungsgespräch:

- Informieren Sie sich über den Arbeitgeber, z.B. Sehen Sie sich das publizierte Werbungsmaterial und die Homepage der Firma an.
- Kommen Sie pünktlich zum Gespräch, fünf Minuten vor dem Termin.
- Überlegen Sie, welche Fragen der Personalchef stellen könnte.
- Bereiten Sie Ihre Fragen zum Betrieb, zur Arbeitsstelle vor; notieren Sie sich dazu einige Stichpunkte.
- Beantworten Sie alle Fragen deutlich und überlegt.
- Stellen Sie Fragen, die Ihr Interesse an der Firma und an der Arbeit zeigen.
- Kleiden Sie sich sauber und korrekt an; kein Supermini, keine ungewöhnliche Frisur, kein Piercing...; manche denken nun mal konservativ.

Nach: Informationen für Berufsstarter, Vorstellungsgespräch, Wien, Sparkassenverlag GmbH, 1985, S.14.

Ü1) Ordnen Sie die obigen Anregungen zum Vorstellungsgespräch in die entsprechende Spalte ein.



Gezielte Vorbereitung vor dem Vorstellungsgespräch	Aussehen und Benehmen beim Vorstellungsgespräch

Ü2) DIALOG: Mit dem Kollegen nebenan spielen Sie ein Vorstellungsgespräch. Einer von Ihnen ist Personalleiter, der andere Bewerber.



Mehr zum Thema:

http://www.br-online.de/wissen-bildung/telekolleg/faecher/deutsch/sprache/folge_4/
(3. 1. 2011)



Interaktive Aufgaben zum Thema:

<http://www.goethe.de/lrn/prj/mol/mln/de42268.htm>
(3. 1. 2011)



3. IM TEAM SPRECHEN

3.1. EINSTIEG

Welche Schlüsselwörter passen zum Bild?



Abb. 7: Im Team sprechen

Quelle: <http://office.microsoft.com/de-de/images/kommunikation-CM079001945.aspx#ai:MP900423037> (12. 4. 2011)

3.2 EINE DISKUSSION VORBEREITEN

Ü1) Was gehört zusammen? Verbinden Sie sinngemäß die beiden Spalten und notieren Sie es in der Tabelle unten.



1. Laut und deutlich	a) Die durchschnittliche Aufnahmefähigkeit des Menschen beträgt etwa 30 bis 40 Sekunden. Aus diesem Grund dauern zum Beispiel die meisten TV- oder Radio-Werbespots nicht länger als 30 Sekunden. Nutzen Sie diese Erkenntnis und beschränken Sie einen einzelnen Wortbeitrag möglichst auf diese Zeitspanne.
2. Nicht zu schnell sprechen	b) Durch wechselnde Lautstärken können besonders wichtige Aspekte hervorgehoben werden. Beginnen Sie Ihren Wortbeitrag zum Beispiel in einer normalen Tonlage. Wenn Sie zum „Höhepunkt“ Ihrer Aussage kommen, werden Sie etwas lauter. Aber: Ihre Schlussfolgerung heben Sie durch einen etwas leiseren Ton hervor. Mit einem Wechsel im Sprechtempo und gezielten Sprechpausen können zusätzliche Akzente gesetzt werden.
3. Lautstärke und Tempo variieren	c) Wer schnell spricht vermittelt den Eindruck, dass er das Gespräch möglichst rasch hinter sich bringen möchte. Dahinter kann sich Angst vor einem Misserfolg verbergen. Zudem kann die Aufnahmekapazität der Zuhörer überfordert werden. Sprechen Sie daher langsam und betont. Das Sprechtempo der Nachrichtensprecher in der „Tagesschau“ oder in einem Radio- Informationsprogramm ist eine gute Orientierungshilfe.

4. Andauern de Monologe vermeiden	d) In einem Gespräch oder einer Diskussion sollten Sie immer laut und selbstbewusst sprechen. Jedem im Raum anwesenden Zuhörer sollte es möglich sein, Ihnen zu folgen. Eine deutliche Aussprache erreichen Sie, wenn Sie beim Sprechen Ihre Lippen ganz bewusst und ruhig etwas übertrieben bewegen.
--	--

Nach: <http://www.ellviva.de/Tests-Persoenlichkeit/ueberzeugen-ueberreden.html>
(10. 4. 2011)

1	2	3	4

3.3 REDEMITTEL ZUR DISKUSSION

1. Nachfragen

- *Darf ich kurz nachfragen?*
- *Darf ich Ihnen direkt dazu eine Frage stellen?*
- *Entschuldigung, habe ich Sie da richtig verstanden?*
- *Finden/Meinen Sie also, dass...*
- *Ich wiederhole es noch einmal, damit keine Unklarheiten bleiben.*

2. Zusammenfassung und Abschluss

- *Darf ich vielleicht die Ergebnisse kurz zusammenfassen.*
- *So viel für heute.*
- *Hiermit ist unsere Diskussion beendet.*
- *Wir sind uns also einig, dass...*

3. Wenn mir jemand nicht zuhört, reagiere ich:

- *Ich möchte mal nachfragen: Interessiert Sie, was ich sage?*
- *Entschuldigen Sie. Hören Sie zu?*
- *Entschuldigung. Interessiert Sie dieses Thema nicht?*

4. Sprecherwechsel

Der Sprecher signalisiert das mit einer kleinen Pause oder mit den Worten:

- *Was sagen Sie dazu?*
- *Ich hätte dazu gerne Ihre Meinung gehört.*
- *Wie sollen wir damit umgehen?*

5. Etwas Neues ansprechen

- *Da gibt es noch eine Sache...*
- *Ich möchte noch etwas Anderes ansprechen.*
- *Ich möchte gern noch Folgendes sagen.*

6. Sich einer Unterbrechungen widersetzen

- *Darf ich bitte ausreden?*
- *Ich bin noch nicht fertig. Darf ich das noch abschließen?*
- *Bitte unterbrechen Sie mich nicht. Sie können gerne nachher noch etwas sagen.*
- *Bitte, lassen Sie mich erst einmal zu Ende führen.*

Ü1) Welche Redemittel (1- 6) passen zu folgenden Situationen?



- Wie reagiere ich, wenn mich jemand unterbricht? _____
- In der Diskussion will ich einen neuen Punkt ansprechen. Wie mache ich das? _____
- In einer Teamdiskussion fasse ich das Vorgetragene zusammen. _____
- In der Diskussion hört man zu, was die Diskutierenden vortragen. Aber wie weiß man, wann man etwas sagen kann? _____
- Ich merke, dass mir jemand nicht zuhört. Wie reagiere ich da? _____
- Ich weiß nicht, ob ich etwas gut verstanden habe. Wie überprüfe ich das? _____

Ü2) Verwenden Sie die obigen Redemittel. Üben Sie mit Ihrem Nachbarn so ein Gespräch über das Thema Medienbranche. Wechseln Sie mehrmals die Rollen.



Interaktive Aufgaben zum Thema:

<http://www.goethe.de/lrn/prj/mol/mln/de81279.htm>

(4. 1. 2011)



4. ABSCHLUSS DES 1. KAPITELS

Überprüfen Sie das Gelernte.

Test 1

Ü1) Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:

Personalabteilung, ausgeschrieben, Karriere, Chance, Aufstiegs, Bewerber,



Online bewerben

Nach einer freien Arbeitsstelle kann man auch im Internet suchen. Die freien Stellen werden dort _____. Viele Unternehmen veröffentlichen auf ihren Homepage Informationen über die Einstiegs- und _____chancen. Obwohl viele Unternehmen einen virtuellen Markt anbieten, ist die Qualität der _____-Seiten auf den Homepages unterschiedlich und nur wenige Unternehmen sind gut auf die wachsende Zahl der Online-_____ vorbereitet. Trotzdem lohnt es sich die _____ zu nutzen und den Lebenslauf und das Anschreiben per PC an die Personalabteilung zu schicken.

Ü2) Stellen Sie kurz den Beruf vor: Ingenieur/in für Medientechnik und Multimedia.

VORSCHLAG:

<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/docroot/r1/blobs/pdf/bkb/59390.pdf>

(15. 4. 2011)



Ü3) Füllen Sie den Europass-Lebenslauf aus.

<http://europass.cedefop.europa.eu/europass/home/hornav/Downloads/EuropassCV/CVTemplate.csp> (12. 1. 2011)



Ü4) Tragen Sie entsprechende Nomen in die rechte Spalte der Tabelle ein.



präsentieren	<i>die Präsentation</i>
beschäftigen	
besitzen	
selbstständig	
tätig sein	
sich bewerben	
ausbilden	
entschuldigen	
verordnen	
kommunizieren	

Ü5) Stellen Sie sich anhand Ihrer Visitenkarte vor.



Ü6) Präsentieren Sie Ihr Unternehmen / Ihre Arbeitsstelle und Ihre Tätigkeiten.



Ü7) Ihr Geschäftspartner braucht Information über G.R.A.M. Welche Fragen stellt er?



HILFE: Fragewörter

Wie? Was für ein? Seit wann/Wann? Wie viele? In welcher? Wo? ...

G.R.A.M.

Feuerbachgasse 5/1
A-8020 Graz
Tel.: 0316/724709
Fax: 0316/721152
email: martin.behr@eunet.at

gegründet 1987

von Günther Holler-Schuster, Ronald Walter, Armin Ranner und Martin Behr in Graz.

Seit 1990 Gemeinschaftsarbeiten

Künstlerkollektiv, welches in unterschiedlichsten Medien (u.a. Fotografie, Malerei, Grafik, Installationen, Film, Video) aber auch als Veranstalter aktiv ist.

Immer wieder Gemeinschaftsarbeiten mit anderen KünstlerInnen bzw. Künstlergruppen.

Über bewusst gewählte Ausschnitte aus der Fülle medialer Bildwelten, agiert G.R.A.M. „nach Motiven von Politiken der Sichtbarkeit“ (Reinhard Braun) und betreibt ein sinnlich-subversives Spiel mit (negativer) Berühmtheit, mit Heroismen, Pathos, mit Triumphen und Tragödien, die nicht nur Massen bewegen.

Ausstellungen / Preise / Stipendien

Zahlreiche Ausstellungen im In- und Ausland, u.a. in Los Angeles, Nizza, Brüssel, München, Rotterdam, Zürich, Karlsruhe, Budapest, Wien und Graz.

Zahlreiche Preise, „Kunst und Bau“-Ankäufe, Auslandsstipendien in Los Angeles und London.

Aus: <http://www.kulturserver-graz.at/v/g.r.a.m..html> (15. 4. 2011)

ZUSAMMENFASSUNG

Im ersten Kapitel macht das Einstiegsthema **Medienbranche** mit dem Grundwortschatz und mit den Aufgaben zum Knacken des Lesetextes und zur Erweiterung des Wortschatzes die Arbeitswelt auf, was wichtige Grundlagen des sprachlichen Erwerbs aufweist.

Verschiedene Textsorten und Aufgaben zum Thema **Multimedia** regen an, sich aktiv und konkurrenzfähig an dem deutschsprachigen **Arbeitsmarkt** zu beteiligen, indem alle notwendigen sprachlichen Kompetenzen (Seh-/Hörverstehen, Sprechen und schriftliche Produktion) möglichst gut entwickelt werden. Um da erfolgreich aufzutreten, soll man befähigt sein, sich gut präsentieren zu können. Es ist auch wichtig, sich gut in der mündlichen Kommunikation (**Dialoge oder Diskussionen** zu führen) zurechtzufinden. Die angegebenen **Webseiten** motivieren zum Einblick in die internationale Jobbörse, was zur Erweiterung des Berufshorizonts dient.

KAPITEL 2

**„Geben Sie immer
Ihr Bestes.**

**Was Sie jetzt säen,
werden Sie später
ernten.“**

Redensart

Am Ende dieses Kapitels werden Sie in der Lage sein:

- Zahlen in Daten richtig zu lesen,
- ein internationales Telefongespräch auf Deutsch zu verstehen und zu führen,
- die wichtigsten Job-Benimm-Regeln zu nennen und einige Knigge-Fehler zu identifizieren,
- eine Produktvorstellung zu verstehen und sie zum Promotionszweck zu visualisieren.

1. ZAHLEN

1.1 EINSTIEG

Was bezeichnen diese Logos?

Partner von

DasTelefonbuch.

Gelbe Seiten



1.2 ZAHLEN IN DATEN

a) InterContinental Köln

www.koeln.intercontinental.com

Pipinstr. 1,

50667 Köln

Tel. +49 (0)221 2806-0

d) KUNSTHAUS BASELLAND

St. Jakobs-Str. 170

CH – 4132 MuttENZ/Basel

Tel. +41 (0)61 312 83 88.

Fax +41 (0)61 312 83 89

www.kunsthausbaselland.ch

b) Ladenlokal, EG, ca.83m2, Netto-

miete: Euro 4300, ICA-Immobilien,

Oranienstr 9, 10997 Berlin, Telefon

+49 30/8 7136 54, Fax +49 30/8 713765

e) Visitenkarte

Bilfinger Werbedruck GmbH

Anne Schmidt

Marketingleiterin

Maerweg 92-94, D-50231 Köln

Telefon (+49 221) 5962 740 -11, Telefax (+49 221) 5962 753

c) Dr. Ulrike Sachs

Daimler AG / Corporate Design&Projects/Personalwesen

Mercedesstr. 137

70327 Stuttgart

Tel. +49 (0)711 17 92110-11

Fax +49 711 17 90876

f) g.r.a.m.

Feuerbachgasse 5/1

A -8020 Graz

Tel. +43 (0)316/724709

Fax + 43 (0)316/721152

e-mail: martin.behr@eunet.at

Ü1) Tragen Sie die Daten von a) bis e) in die Tabelle ein.



	Name/Firma	PLZ	Ort	Straße	Vorwahl	Rufnummer	Faxnummer
a)							
b)							
c)							
d)							
e)							
f)							

2. TELEFONIEREN

2.1 EINSTIEG

Wie kommuniziert man auf dem Arbeitsplatz?
Mit wem telefoniert dieser Mann? Drücken Sie Ihre Vermutungen* aus.



Abb. 9: Geschäftskommunikation

Quelle: <http://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/poslovanje/komunikacija-na-delovnem-mestu>
(8. 4. 2011)

REDEMITTEL

Vermutungen ausdrücken

Ich kann mir gut vorstellen, dass...

Es könnte (gut) sein, dass...

Ich vermute/glaube/nehme an, dass... Vielleicht/Wahrscheinlich/Vermutlich ist...

Es kann sein, dass...

Ich könnte mir gut vorstellen, dass...

Es ist denkbar/möglich/vorstellbar, dass...

Es wird wohl so sein, dass...

2.2 AUSLANDSGESPRÄCHE FÜHREN



Ü1) Setzen Sie die fehlenden Landeskennzahl/-vorwahl und Ortskennzahl/-vorwahl ein. HILFE: Übung 1.2



Internationale Vorwahl	Landesvorwahl	Ortskennzahl/-vorwahl
00	D _____	Stuttgart _____
		Bonn (0)228
		München (0)89
		Köln _____
00	A _____	Wien (0)1
	CH _____	Genf (0)22
		Basel _____
00	FL 423	

Ü2) Sie möchten Frau Dr. Ulrike Sachs (Visitenkarte 1.2 c) wegen Ihres Praktikums in der Fa. Daimler sprechen. Ein deutscher Kollege erklärt Ihnen, wie man das tut. Ergänzen Sie den Text.



Sie wählen zuerst die _____, also von uns aus 00. Dann wählen Sie die _____, das heißt 49 für Deutschland. Danach kommt die _____ für Stuttgart. Sie lassen die _____ weg und wählen also 711. Dann kommt die _____ des Unternehmens, also 17 92110. Auf der Visitenkarte steht auch die Durchwahlnummer von Frau Dr. Sachs. Wenn Sie nach der _____ 11 wählen, erreichen Sie Frau Dr. Sachs direkt.

Ü3) Wie erklären Sie einem deutschsprachigen Bekannten, wie er die Hotelzentrale telefonisch erreichen kann.



Tel.: + 386 (0) 5 690 70 00

Ü4) Erklären Sie Ihrem deutschsprachigen Freund, wie Sie in Ihrer Firma / zu Hause / mobil erreichbar sind.



Ü5) Sie rufen eine Auskunftsstelle in Deutschland an. Spielen Sie paarweise den Dialog.



- Beachten Sie **Angaben** unten.
- **HILFE: Redemittel**

Angaben:

A: Platz 12. Telefonauskunft

B: Reservierung:

CHECK-IN! Zimmerservice (Zimmer für Messe, Business, Urlaub),
Batschkastraße 17, 81825 München
Tel. +49 (0)89 43 73 97-89

REDEMITTEL :

A: Hier die Telefonauskunft von _____, Platz _____. Was kann ich für Sie tun?

B: Was ist die Telefonnummer _____?/ Geben Sie mir bitte die Nummer von _____.

A: Sie wählen 00 die internationale Vorwahl, dann die Landesvorwahl _____ für (Deutschland/Österreich/die Schweiz...).

Die Ortsvorwahl für (Bremen, Wien, Bern...) ist _____.

Die Rufnummer der Firma ist _____.

B: Können Sie bitte das langsamer sagen?/ Können Sie den Namen buchstabieren?

A: Also, ich wiederhole... Ich buchstabiere...

INFO

Buchstabiertafel: <http://de.wikipedia.org/wiki/Buchstabiertafel> (6. 1. 2011)



REDEMITTEL



Abb.10: Telefongespräch

Quelle: <http://photos1.fotosearch.com/bthumb/ILW/ILW507/coultj0118s.jpg> (26. 4. 2011)

1. sich melden Heidemann KG, Vertriebsabteilung, Frau Schmidt am Apparat, guten Tag./ Heidemann KG, Zentrale. Guten Tag Hilfe anbieten Was kann ich für Sie tun? Kann ich Ihnen helfen?	2. den gewünschten Gesprächspartner nennen Kann/Könnte ich bitte (mit) Herrn Braun/Frau Rau sprechen?
3. Den Anrufer verbinden Ich verbinde Sie. Einen Moment bitte. Bleiben Sie bitte dran/am Apparat.	4. Der gewünschte Gesprächspartner ist nicht da Herr Braun ist leider nicht da/ im Büro/ ist in einer Besprechung. Kann ich ihm etwas ausrichten? Möchten Sie eine Nachricht hinterlassen?
5. Eine Nachricht hinterlassen Könnten Sie Herrn Braun ausrichten, dass der Vertrag noch nicht angekommen ist. Könnten Sie ihm bitte sagen, er sollte mich zurückrufen.	6. Nach dem Grund des Anrufes fragen Worum geht es? Worum handelt es sich?
7. Den Grund des Anrufes nennen Ich würde gern einen Termin vereinbaren. Es geht um unseren letzten Vertrag.	8. Informationen erfragen Ich möchte gern wissen, wann Herr Braun zurückkommt. Könnten Sie mir sagen, wann er wieder erreichbar ist.
9. Einen Termin vorschlagen (Terminkalender) Geht es am Montag, dem 19. Mai um 10. Uhr?	10. Auf den Vorschlag reagieren Nein, das tut mir Leid. Am Montag hätte er leider keine

Passt es Ihnen am Montag, dem 19. Mai um 10. Uhr? Hätte er nächsten Montag Zeit?	Zeit. Ja, der 19. Mai um 10. Uhr wäre passend. Er hätte am 19. Mai Zeit.
11. Noch einige Fragen vor dem Abschied Wie war Ihr Name bitte? Könnten Sie mir bitte Ihren Namen wiederholen/buchstabieren? Unter welcher Telefonnummer sind Sie erreichbar? Von wann bis wann sind Sie zu sprechen/erreichen?	12. Den Namen wiederholen/buchstabieren Klein, Hans (K wie Kaufmann, L wie Ludwig, E wie Emil, I wie Ida, N wie Nordpol)
13. Einen Termin absagen/verschieben/vereinbaren Ich muss den Termin am 19. 5. leider absagen, denn ich muss verreisen. Könnte ich den Termin verschieben/ ändern? Könnte ich einen anderen Termin vereinbaren?	14. Das Gespräch beenden/ sich verabschieden Danke für Ihren Anruf. Ich melde mich morgen wieder. Auf Wiederhören.

Redemittel zum Telefonieren: Termin am Telefon

http://www.albertiniweb.fr/Redemittel/Eintr%C3%A4ge/2007/10/23_Termin_am_Telefon_%281%2C6_mb%29.html (22. 4. 2011)



Ü6) Lösen Sie die interaktive Hörübung: Einen Termin vereinbaren

http://www.schubert-verlag.de/aufgaben/uebungen_a2/a2_kap4_hoeren2.htm
(22. 4. 2011)



Ü7) Lösen Sie die interaktive Übung mit Modalverben: Am Telefon

http://www.schubert-verlag.de/aufgaben/uebungen_b1/b1_kap2_modalverben.htm
(22. 4. 2011)



Redemittel zum Telefonieren: Auskünfte erhalten

http://www.albertiniweb.fr/Redemittel/Eintr%C3%A4ge/2007/10/23_Ausk%C3%BCnfte_erhalten_%281%2C2_MB%29.html (22. 4. 2011)



Ü8) Präsentieren Sie ein Telefongespräch oder ein Rollenspiel. HILFE: Rollenspiele



ROLLENSPIELE



Rollenspiel 1

A: Rufen Sie die deutsche Auskunft an. Sie brauchen die Telefonnummern folgender Firmen:
Fritz Schäfer GmbH, Bremen und Main Office Büroservice, Frankfurt

B: Spielen Sie die Rolle der deutschen Telefonauskunft mit Hilfe der Telefonnummern unten.
Wenn Sie einen Anruf bekommen, sagen Sie:

Ankunft 3, guten Tag. Welcher Ort, bitte?

Wie heißt die Firma?

...

BREMEN Fritz Schäfer GmbH Bürodesign und Büroausstattung Tel. (04 21) 4 68 91-0	FRANKFURT Main Office Büroservice Tel. (069) 973580
---	--

Rollenspiel 2

A: Sie arbeiten im Unternehmen COSMO. Sie sind Kollege von Herrn Kern, der abwesend ist. Sie rufen für ihn Kunsthaus Baselland an und hinterlassen Sie die Nachricht, dass Herr Kern den Termin am Montag nicht einhalten kann. Könnte Herr Konrad Witz zurückrufen, um einen neuen Termin zu vereinbaren?

B: Sie sind im Büro von Herrn Witz tätig. Sie nehmen einen Anruf für Herrn Witz entgegen. Er ist aber auf Dienstreise und kommt erst morgen zurück.

KUNSTHAUS BASELLAND, Tel. +41 (0)61 312 83 88.

Rollenspiel 3

A: Sie sind an dem Tag überraschend befördert worden, an dem Sie Ihre Stellung kündigen wollten. Nun wollen Sie bleiben, obwohl Sie einer neuen Firma mündlich schon fest zugesagt haben. Rufen Sie deren Personalchef an und sagen Sie ab.

B: Sie sind Personalchef der Firma Hauser AG. Sie nehmen das Telefongespräch mit der Absage entgegen.

Rollenspiel 4

A: Sie möchten Ihren Termin mit Herrn Hagen absagen. Hinterlassen Sie eine Nachricht.

B: Ihr Kollege Herr Hagen hat zwei Tage Urlaub genommen. Sie übernehmen seinen Telefonanruf.

INFO



Still und Etikette: VIDEO

<http://www.youtube.com/watch?v=AchErsF7GHU&feature=related> (20. 4. 2011)

Noch besser telefonieren: VIDEO

<http://www.youtube.com/watch?v=VcK7YLM93p4&feature=related>
(20. 4. 2011)

3. JOB-KNIGGE

3.1 EINSTIEG

Was trägt zum Erfolg eines Unternehmens bei? Sammeln Sie Vorschläge in der Gruppe? Welche Rolle spielen dabei Benimmregeln?

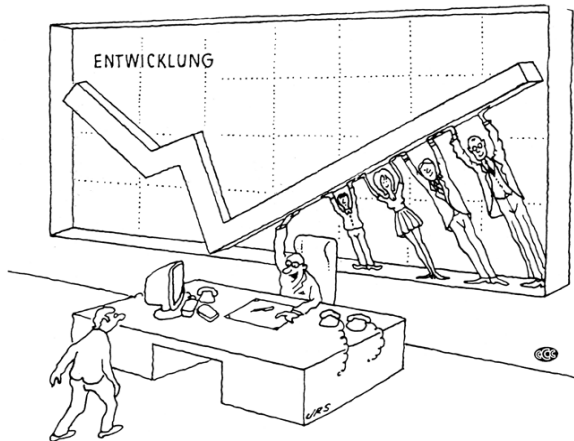


Abb. 11: Entwicklung
Quelle: Markt 49, 2011, S.10

3.2 DIE ETIKETTE SICHER IM GRIFF

Ü1) Was gehört zusammen? Ordnen Sie die Überschriften den Absätzen zu.

- ☐ Termine und Veranstaltungen sind exakt einzuhalten. Ein akademisches Viertel ist im Geschäftsleben absolut tabu. Sollte sich die Ankunft durch Verspätung verzögern, so muss unverzüglich angerufen und um Entschuldigung gebeten werden. Nicht auf die Minute genau! Wenn Sie ein Gespräch mit dem Chef haben, melden Sie sich bereits circa fünf bis zehn Minuten vor Gesprächsbeginn. Es ist auch akzeptabel, die Arbeit pünktlich zu beenden. Die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeiter wird überwiegend als vertragsmäßig angesehen. Überstunden zu machen ist nicht besonders beliebt, außer wenn man dafür bezahlt wird oder ein Termin einzuhalten ist.
- ☐ Bei der Anrede wird fast immer die höfliche Sie-Form benutzt. Das persönliche Du wird nur mit beiderseitigem Einverständnis von engen Freunden verwendet und der Übergang zum Du ist ein wichtiges Ereignis. Er markiert den Eintritt in den eifersüchtig gehüteten "Privatraum" von beiden und sollte nie leicht genommen werden. Er wird gewöhnlich von der nach Rang und Alter höher gestellten Person initiiert und ist durch ein Ritual gekennzeichnet - einen Drink, ein Essen oder eine formale Vereinbarung. Frauen dürfen Männern das Du anbieten, nicht umgekehrt.
- ☐ Wie persönlich die Beziehung auch sein mag, Höflichkeit und gute Manieren sind wesentlich. Kollegen erwarten voneinander, reserviert, aber freundlich zu sein. Sie achten darauf, sich untereinander zu grüßen. Das „Mahlzeit“ ist völlig

out! Auch zwischen Frühstück und Kaffeezeit oder wenn es in die Kantine geht. Besser: „Guten Morgen, Tag, Abend“ (je nach Tageszeit) oder, wenn das Betriebsklima es erlaubt ein „Hallo“. Regional typische Grußformen wie z.B. das „Moin“ in einigen Regionen Norddeutschlands (nicht überall!) sind natürlich völlig in Ordnung! Tipp: Bevor Sie anfangen sich in mühseliger Rangermittlung zu verstricken, halten Sie sich einfach an die Faustregel: Wer den anderen zuerst sieht, grüßt.

- ☐ Wie so viele Aspekte des deutschen Lebens ist der Humor strikt aufgeteilt. Je formaler die Gelegenheit, desto weniger Humor ist akzeptabel. Scherzen unter Fremden oder neuen Bekannten bereitet Deutschen oft Unbehagen und ist weit davon entfernt ihnen die Befangenheit zu nehmen. Während ein Amerikaner oder Brite sich auf Meetings oder Präsentationen möglicherweise verpflichtet fühlt Scherze einzustreuen oder ein Italiener oder Franzose sich zu gelegentlichen witzigen Bemerkungen hinreißen lässt, bleibt ein Deutscher ständig ernst. In einigen Ländern ist man der Meinung sich in höheren Positionen entspannter geben zu können. In Deutschland ist das Gegenteil der Fall. Höhere Position ist eine Verantwortung, die der Träger sich sichtbar verdienen und ernst nehmen muss.
- ☐ In Deutschland besteht eine große Abneigung aus der Reihe zu tanzen, aus der vorgeschriebenen Rolle auszubrechen. Schon die mildeste Exzentrik ruft offene Kritik hervor. Auch wenn es eine instinktive Abneigung gegen persönliche Konfrontation gibt, zögert man nicht, jedem zu sagen, dass er oder sie gegen akzeptable Verhaltensnormen verstößt. Die mag - in Ihren Augen - so trivial sein, wie z. B. bei einem Meeting die Jacke auszuziehen oder auf dem falschen Platz zu parken. Das Verhalten aller anderen zu kontrollieren wird nicht als beleidigend angesehen, sondern als soziale Pflicht.
- ☐ Anders als in einigen Ländern behält man die Jacke in den meisten deutschen Büros an, außer wenn man allein ist. Hemdsärmel gelten als Zeichen der Entspanntheit, das heißt, dass man nicht richtig arbeitet. Grundsätzlich geht der Trend zum konservativ klassischen Outfit. Eine bemerkenswerte Ausnahme gibt es bei Computerspezialisten. Die Arbeit mit Computern hat etwas Besonderes an sich, vielleicht weil es ein junger Beruf ist, was in der ganzen Welt eine Lockerheit in Kleidung und Verhalten mit sich bringt.

Nach: <http://www.gehalts-check.de/karriere/karriere/benimmregeln.html> (10. 4.2011)

Ü2) Kreuzen Sie an, ob das im Text gesagt wird (stimmt) oder nicht gesagt wird (stimmt nicht).



		Stimmt	stimmt nicht
1.	In Deutschland mag man es nicht, wenn jemand sich unkonventionell verhält.	☐	☐
2.	In Deutschland kontrolliert man das Verhalten anderer weil es als soziale Pflicht angesehen wird.	☐	☐
3.	Wenn sich ein deutscher Geschäftsmann das Jackett auszieht, heißt das: » An die Arbeit! «	☐	☐

4.	Sie können einen deutschen Geschäftspartner mit Du anreden.	☐	☐
5.	Vor allem in neuen dynamischen Branchen sind die Kleidung und das Verhalten lockerer und informeller.	☐	☐
6.	Kollegen nicht zu grüßen gilt als Verstoß gegen Grundbenimmregeln.	☐	☐
7.	Die viertelstündige Verspätung ist im Job allgemein akzeptabel.	☐	☐
8.	Überstunden werden ganz informell geregelt.	☐	☐
9.	Den Humor meidet man, weil es missverstanden werden kann.	☐	☐

Ü3) Fassen Sie mit eigenen Worten den Inhalt über die folgenden Punkte zusammen.



1. offene Kritik äußern	6. Verhalten der Kollegen untereinander
2. Kleidung	7. Grüßen
3. Kleidung und Umgangsformen in jungen Branchen	8. Pünktlichkeiten
4. Anrede mit Du / Sie	9. Beziehung: Unternehmen - Mitarbeiter
5. an jemanden das Du anbieten	10. Humor und Scherze

INFO

KNIGGE - Zur Geschichte der guten Manieren



Im 18. Jahrhundert trug ein Herr eine Perücke, wenn er zur guten Gesellschaft gehören wollte. Damals schrieb ein Mann, der die Perücke demonstrativ ablegte, ein bis heute bekanntes Benimmbuch: der Aufklärer und Freigeist, Adolf Freiherr von Knigge. Er war ein Trendsetter und wusste: Angenehme Manieren sind kein Garant für moralisches Verhalten, aber sie erleichtern den gesellschaftlichen Aufstieg. Die Menschen, welche die Spielregeln des guten Umgangs miteinander nicht kannten, bedauerte er.

http://www.sf.tv/sendungen/myschool/media/3363_interaktiv/online_ab/umgangsformen.htm (12. 1. 2011)

3.3 ZEHN KNIGGE-FEHLER

Ü1) Auf diesem Bild werden zehn gesellschaftliche Fehler begangen. Wie viele erkennen Sie? Äußern Sie sich dazu? HILFE: Redemittel



Abb.12: Knigge-Fehler

Quelle:

<https://www.business-best-practice.de/ratgeber/gratistest/stil-und-etikette.php>

(12 .4. 2011)

Ü2) Ordnen Sie zehn Knigge-Fehlern richtige Beschreibungen zu. Identifizieren Sie sie auf dem Bild.



1. Schlaffer Handschlag	a) So lange Ihr Gesprächspartner nicht ein alter Freund von Ihnen ist, ist das Handreichen bei Begrüßung und Verabschiedung die einzige Berührung, die angemessen ist! Berühren Sie Ihr Gegenüber sonst nicht ohne Erlaubnis. Sie denken vielleicht, dass Ihre Geste unschuldig ist, aber andere können sie als anzüglich sehen.
2. Unaufmerksam sein	b) Ein schlaffer Handschlag erweckt den Eindruck, dass Sie unsicher und nicht von sich selbst überzeugt sind. Deshalb: Geben Sie Ihrem Gegenüber einen festen Handschlag. Das zeigt Selbstvertrauen, Herzlichkeit, Offenheit und Aufrichtigkeit.
3. Rauchen	c) Legen Sie niemals das Jackett ab, bis es nicht der Gastgeber selbst getan hat! Ebenso sollten Sie Ihr Jackett im Stehen immer schließen.
4. Das Glas falsch halten	d) Jeder Mensch hat eine Intimzone um sich herum (ca. 50 cm). Keiner mag es, wenn andere in diese Zone eindringen, ohne vorher eingeladen worden zu sein. Wenn so etwas passiert, versucht jeder sofort auszuweichen. Der Eindringling wird für seine unsensible Handlung missachtet.
5. Kein Jackett oder das	e) Fallen Sie Ihrem Gesprächspartner nie ins Wort. Lassen

Jackett offen tragen	Sie ihn ausreden, bevor Sie antworten. So erscheinen Sie höflich, und auch er kann Ihnen dann besser zuhören. Zuhören ist das Geheimnis guter Kommunikation!
6. Zu viel Alkohol	f) Sprechen Sie nicht zu laut, sonst wirken Sie schnell anmaßend und aufgeblasen. Ihre Stimme sollte ruhig und gleichmäßig sein. Wählen Sie Tonfall und Stimmvolumen der Situation und dem Zeitpunkt angemessen.
7. Zu wenig Abstand	g) In vielen gesellschaftlichen Räumlichkeiten ist es mittlerweile verboten zu rauchen. Übergehen Sie dieses Verbot niemals! Sogar wenn Zigaretten erlaubt sind, Zigarren sind es meist nicht. Und niemals sollten Sie auf den Boden aschen!
8. Laut reden	h) Gläser mit Stiel sollten Sie auch an diesem anfassen. Es ist stilllos, Wein-, Sekt- oder Cocktailgläser am Kelch zu packen. Haben Gläser keinen Stiel, halten Sie diese in der linken Hand. Sie vermeiden dadurch, dass Ihr Gegenüber bei der Begrüßung eine kalte, klamme Hand schütteln muss!
9. Hand auf die Schulter legen	i) Kontrollieren Sie Ihren Alkoholkonsum! Sie denken vielleicht, dass Sie im Moment Spaß haben, aber Ihre Mitmenschen sehen das sehr wahrscheinlich anders. Frei von Hemmschwellen können Sie Dinge tun und sagen, die Sie nachher bitter bereuen werden. Sie ruinieren Ihren eigenen guten Ruf und die Stimmung der anderen Anwesenden.
10. Zur gleichen Zeit reden	j) In eine andere Richtung zu sehen, während jemand mit Ihnen spricht, ist schlechtes Benehmen. Aufmerksamkeit ist eines der größten Komplimente, die Sie einer anderen Person machen können. Zeigen Sie Interesse!

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Nach: <https://www.business-best-practice.de/ratgeber/gratistest/stil-und-etikette.php>
(12. 4. 2011)

Ü3) Übersetzen Sie zehn Knigge-Fehler.



QUIZ: Wie gut kennen Sie die Benimm-Regeln? Testen Sie Ihr Wissen.
<http://www.stern.de/wirtschaft/arbeit-karriere/arbeit/3-knigge-testen-sie-ihre-manieren-501601.html> (12. 4. 2011)



INFO

WICHTIGE GESCHÄFTSKOMPETENZEN

In der Geschäftswelt sind folgende Fähigkeiten von Bedeutung:

- gut zuhören zu können und frei von Interpretationen zu bleiben,
- Wahrnehmungsgenauigkeit zu entwickeln.
- eine gute Beziehung herstellen zu können,
- auf eigene und fremde Körpersprache zu achten,
- sich in Sprache und Sprechen dem Partner anzupassen.

Aus: http://www.eu-egt.de/eu_dlm/html/module_deu/12deu.pdf (12. 1. 2011)

4. PRODUKTVORSTELLUNG

4.1 EINSTIEG

Welche Assoziationen weckt diese Zeichnung?

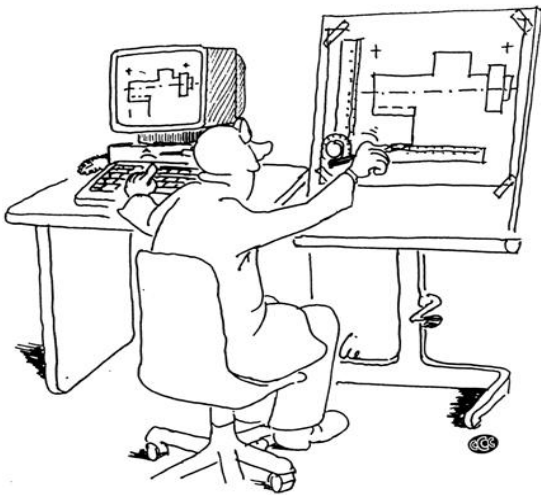


Abb. 13: Gestalten

Quelle: Markt/Ausgabe 49, 2011, S.10
(15.1.2011)

4.2 MULTIMEDIALE ANGEBOTE

Multimediabranche. Man muss sich neuen Herausforderungen anpassen, laut dem Werbeslogan eines deutschen Multimedia-Unternehmens: »Die Menschen in den Köpfen erreichen und in den Herzen bewegen!«

4.2.1 DVDs



Die DVD (Digital Versatile Disc = digitale vielseitige Scheibe) ist derzeit das am meisten genutzte digitale Speichermedium. Mit einer Speicherkapazität von 4,7 GB und mehr ist sie vielfältig einsetzbar, für Filme, Multimedia-Anwendungen und andere digitale Daten. Für Filme bietet die DVD (zurzeit noch) die beste Wiedergabequalität. Abspielmöglichkeiten für DVDs sind inzwischen fast überall vorhanden. DVD-Player oder PC mit DVD-Software / Windows-Media-Player öffnen, DVD einlegen, starten und schon gibt's Bewegung!

Man produziert nicht nur klassische Video-DVDs, sondern auch aufwändige, interaktive Multimedia-DVDs, auf denen Filme, Audio-Dateien, PP-Präsentationen, Fotos, PDFs und andere digitale Daten kombiniert präsentiert werden können.

Beispiel: »Entsorgen und Sanieren«, HIM, Biebesheim

<http://av1.de/multimedia/dvds.html> (20. 1. 2011)



4.2.2 Animationen

Animation (lat. animare - zum Leben erwecken) ist die Technik, bei der mit vielen Einzelbildern Bewegung (Film) geschaffen wird. Die Einzelbilder können gezeichnet, im Computer berechnet oder fotografische Aufnahmen sein. Wo das Kameraobjektiv nicht hinkommt und Planungen, unsichtbare Prozesse oder Abläufe sichtbar und verständlich gemacht werden sollen, da ist die 3D-Animation angesagt.

Zwei Beispiele: <http://av1.de/multimedia/animations.html> (20.1. 2011)



4.2.3 Internet-Clips

"You tube" und "My video" waren die Vorreiter. Viele Unternehmen und Zeitungen, ja sogar die NATO haben bereits "nachgezogen". So werden inzwischen auf zahlreichen Business-Portalen und unzähligen Unternehmen-Websites täglich millionenfach Internet-Clips angeklickt.

Beispiele:

- Image-Clip, Promotion-Trailer
- Produktvorstellung (> Ihre neu entwickelte Maschine in bewegten Bildern)
- Patent-Visualisierung
- Werbe-Spots (> Vorstellung Ihres Hotels, Ihrer Dienstleistung, ...)
- Car-Clips (> für den Verkauf von Fahrzeugen)
- Immobilien-Clips (> für den Verkauf von Häusern)
- Musik-Clip (> als Demo für Ihre Band)

Demobeispiel für einen Internet-Clip : <http://av1.de/multimedia/internet-clips.html>
(20. 1. 2011)



Medienkunst <http://www.goethe.de/kue/flm/prj/kub/bdk/de3946144.htm>
(20. 1. 2011)



Ü1) Besprechen Sie die obigen Demo-Produkte in der Gruppe.



Ü2) Präsentieren Sie ein Produkt /eine Leistung / ein Kunststück Ihres/eines fiktiven Unternehmens.



5. ABSCHLUSS DES 2. KAPITELS

Überprüfen Sie das Gelernte.

Test 2

Ü1) Beantworten Sie folgende Fragen.



1. Was sind die Business-Benimm-Regeln betreffend: Duzen, Siezen?
Wie ist mit dem Du-Angebot in Deutschland?
2. Was steht über die Business-Pünktlichkeit im deutschen Business-Knigge?
3. Wie ist mit dem Humor da?
4. Wie sind die Begrüßungsregeln?
5. Wie soll man auf das Verhalten der Mitmenschen reagieren?
6. Welches Kleidungsstück behält man in den meisten deutschen Büros an? Was symbolisiert es?

**Ü2) Welche Knigge-Fehler sind auf dem Bild veranschaulicht?
Beschreiben Sie sie.**



Ü3) Ordnen Sie die Wörter zu sinnvollen Sätzen oder Fragen und vervollständigen Sie den Dialog.



wann/erreichen/ich/ihn/kann	ausrichten/ich/etwas/soll
sprechen/ich/Herrn Krause/möchte	muss/persönlich/ihn/sprechen/ich
Moment/Platz/er/an/im/seinem/ist/nicht	Stunde/einer/es/probieren/Sie/in/wieder/halben

A: Firma Klein, guten Tag.

B: Guten Tag, hier spricht Braun von der Firma Forsbach. _____.

A: Ah, Frau Braun! Es tut mir Leid, aber _____.

B: _____?

A: Das weiß ich leider nicht. _____?

B: Nein, danke, _____.

A: Also, _____

B: Ist gut. Vielen Dank, auf Wiederhören

Ü4) Lösen Sie die Aufgaben im Kästchen.



Sie möchten Informationsmaterial über dieses Hotel telefonisch bestellen.

Hotel
ANTARES

Amalienstraße 20

80333 München

Tel.: +49/ 89/ 28 00 200

FAX: +49/ 89/ 28 00 222

E-Mail:

Internet:

www.antares-muenchen.de

- Erklären Sie bitte, wie Sie das Hotel erreichen.
- Dann spielen Sie Ihre Rolle im Gespräch: Geben Sie Ihren Namen, den Namen und die Adresse der Firma an und drücken Sie Ihren Wunsch aus.

Ü5) Präsentieren Sie Sie Ihr Produkt / Ihre Leistung / Ihr Kunststück.



ZUSAMMENFASSUNG

Von den persönlichen Berufsthemen des ersten Kapitels wendet sich das zweite Kapitel dem beruflichen Alltag zu.

In dem deutschsprachigen Raum muss man sich mit den **EU-Formularen** auseinandersetzen.

Ohne ausländische **Telefonkommunikation** geht es im Berufsleben nicht mehr. Egal ob man eine Telefonnummer sucht oder erklärt, wie man telefonisch erreichbar ist, muss man die notwendigen Redemittel dafür aktiv beherrschen. Wie man jemand telefonisch erreicht, wird auch bei der Prüfung überprüft.

Benimm-Knigge in der Geschäftswelt ist notwendig zu beherrschen, denn Globalisierung ist die heutige Realität.

Produktvorstellungen gehören zum Alltag, besonders gut sollte man die Produkte der multimedialen Welt kennen, denn die sind zukunftsweisend.

KAPITEL 3

»Die Medien sind bellende Wachhunde der Demokratie...«

Ephraim Kishon, israelischer Schriftsteller

Am Ende dieses Kapitels werden Sie fähig sein,

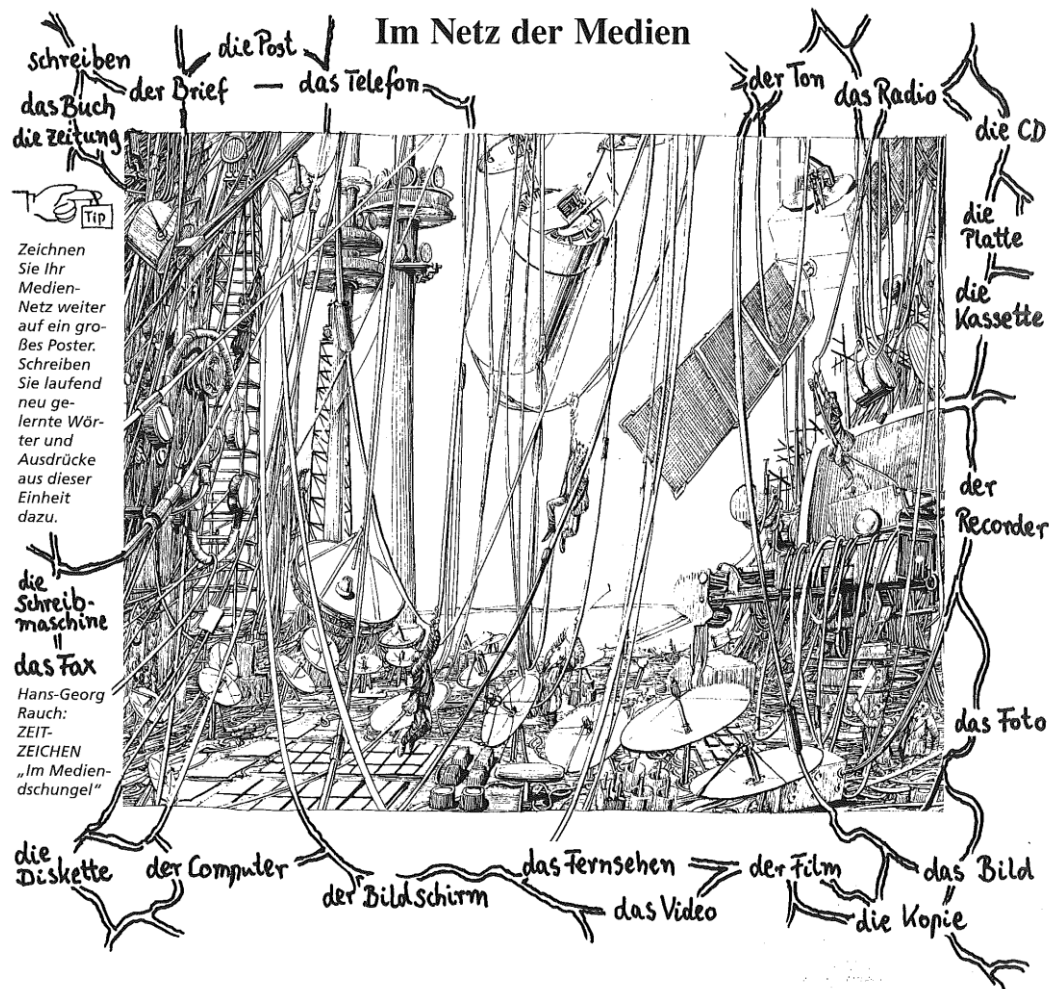
- den Begriff Medien und die Medien-geschichte zu interpretieren,
- über Druckmedien mehr zu sagen:
 - die *Zeitungsgeschichte* und -entstehung vorzustellen,
 - eine Zeitschrift laut der Internetrecherche zu schildern,
 - über die Entstehung eines gedrucktes *Buches* und das *Bookcrossing* zu sprechen,
 - die Merkmale einer *Werbung* zu nennen und die Geschichte der *Litfaßsäule* zu erzählen,
- sich über Tonmedien zu äußern:
 - die Entwicklung des *Hörfunks* – auch mittels der eigenen Internetrecherche zu besprechen,
 - Begriffe aus dem Bereich der *Musik-Geräte* zu nennen,
- Bild- Tonmedien zu präsentieren:
 - Entstehung einer *Fernseh-Reportage* anhand des Textes und Grafiken zu schildern,
 - Fachbegriffe aus dem Bereich des *Films/Kinos* zu unterscheiden,
 - über Berliner Filmmuseum anhand der Internet-Recherche zu berichten,
 - Funktionen einer *Videokamera* zu interpretieren.

Auf diese Weise werden Sie den Fachwortschatz der genannten Massenmedien erwerben und ihn kommunikativ anwenden können.

1. MEDIEN

1.1 EINSTIEG

Ergänzen Sie das Assoziogramm.



„Abb.14: Im Mediendschungel,
Quelle: MEMO, Langenscheidt, 1995, S. 138

1.2 BEGRIFF

Das Wort Medien ist Lateinisch und bedeutet Mittel oder Vermittler. Die Medien sorgen dafür, dass Informationen von einem Menschen zum anderen gelangen. Wir brauchen die Medien zur Kommunikation, zum Informationsaustausch zwischen den Menschen.

Zu den Massenmedien zählen neben Printmedien (z. B. Zeitung, Zeitschrift, Buch), auditiven Medien (z. B. Radio, CD) und audiovisuellen Medien (z. B. Fernsehen, Videokassette, DVD) auch die multimedialen und interaktiven Medien (vor allem Internet). In modernen Gesellschaften gehören Massenmedien zum Alltagsleben, sie sind Hauptquelle für politische und gesellschaftliche Informationen und haben neben Bildungs- vor allem

Unterhaltungsfunktion. Massenmedien können zur Manipulation und Propaganda missbraucht werden. Der technische Fortschritt im Bereich der Massenmedien veränderte ab Mitte des 20. Jahrhunderts das Freizeitverhalten der Menschen, das bis heute besonders durch das Fernsehen bestimmt wird. Daneben haben aber Hörfunk, Zeitung und Buch immer noch einen hohen Stellenwert.

Geschichte



Bücher und Druckschriften waren seit der Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Metall-Lettern (15. Jahrhundert) für jedermann zugänglich. Tageszeitungen gibt es seit Mitte des 17. Jahrhunderts. Die Verbesserung der Drucktechnik machte im 19. Jahrhundert die Produktion von „Massenblättern“ möglich; die ersten Pressekonzerne entstanden.

Ab den 1920er Jahren entwickelte sich der Film zur populären Kunstform; der Übergang vom

Stumm- zum Tonfilm und vom Schwarzweiß- zum Farbfilm (1927 bzw. 1935) erhöhte seinen Reiz als Unterhaltungsmedium.

Das Zeitalter des Rundfunks begann in Deutschland 1923 mit der Inbetriebnahme des ersten Radiosenders; 1933 verstaatlichten die Nationalsozialisten den gesamten Rundfunk (Gleichschaltung) und stellten ihn in den Dienst der Propaganda (über „Volksempfänger“). 1935 wurde die erste Fernsehsendung ausgestrahlt, allerdings gab es damals nur wenige Fernsehgeräte. Nach 1945 setzten sich die Alliierten für die Schaffung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ein, der Meinungs- und Pressefreiheit garantiert. 1954 ging das Deutsche Fernsehen (ARD, ab 1984 Erstes Deutsches Fernsehen) und 1963 das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) auf Sendung, es folgen die dritten Programme der Landesrundfunkanstalten.

Neue Medien

Neue Techniken (Kabel- und Satellitenfernsehen) sowie die Zulassung von privatem Rundfunk in den 1980er Jahren führten zu einer großen Programmvvielfalt.

In den 1990er Jahren leitete das Internet (vor allem in Form des World Wide Web) eine neue Ära der Kommunikation und Informationsverarbeitung ein und gewann Anfang des 21. Jahrhunderts auch wirtschaftliche Bedeutung (elektronischer Handel).

Nach: <http://www.spiegel.de/lexikon/54354104.html> (20.4.2011)

U1) Welche Wörter bezeichnen keine Medien? Streichen Sie sie.

Zeitung – Illustrierte – Buch – Plakat – Flugblatt – Hörfunk – CD – Schallplatte – Fernsehen – Videokassette – DVD – Internet – Telegraf – Pult – Telefon – Fax – Fotografie – Film – Brille

Ü2) Verbinden Sie die Satzteile sinngemäß. So wird eine kurze Zusammenfassung des obigen Textes entstehen.

1. Kommunikation bedeutet	a) die weite Verbreitung von Wort und Bild.
2. Unter Massenkommunikationsmittel versteht man Kommunikationsprozesse,	b) Druck-, Hör-, Hör- und Seh-, multimedialen und interaktiven Medien.
3. Die Unterteilung der Medien erfolgt nach	c) ihren Ausdruck in der Produktion bewegter Bilder findet.
4. Politische und gesellschaftliche Informationen werden	d) führten zu einer großen Programmvvielfalt.
5. Die Sprache ist	e) in Deutschland das offizielle Rundfunk-Zeitalter.
6. Die Erfindung des Buchdrucks ermöglichte	f) die sich öffentlich über Medientechnik an anonymes Publikum richten.
7. Der Film ist eine Kunstform, die	g) Informationsaustausch.
8. In dreißigen Jahren des 20. Jahrhunderts begann	h) die erste Fernsehsendung ausgestrahlt.
9. 1935 wurde in Deutschland	i) der Kommunikation und Informationsverarbeitung.
10. Kabel-, Satellitenfernsehen und privater Rundfunk	j) eins der wichtigsten Kommunikationsmittel.
11. Das Internet leitete eine neue Ära	k) via Massenmedien öffentlich zugänglich gemacht.

Ü3) Ergänzen Sie die Zeittafel mit den Daten der Medienentwicklung in Deutschland und besprechen Sie sie paarweise.

15. Jahrhundert	
17. Jahrhundert	
19. Jahrhundert	
Ab 1920-er Jahren	
1923	
1927	
1933	

1935	
Nach 1945	
1954	
1963	
Ab1980-er Jahren	
1984	
Ab 1990-er Jahren	

Zur Entspannung Deutsche Erfindungen: VIDEO mit einem deutschen Lied
<http://radikale-innovationen.com/tolle-erfindungen/> (26. 4. 2011)



Ü4) Wann wurden die Medien weltweit erfunden oder eingeführt?



PC, Videorecorder, Internet, Buchdruck, Zeitung, Telegraf, WWW, Grammophon, Rundfunk, Fernsehen, Elektronenhirn (erster Computer), Handy, CD, Fotografie, Telefon

1440 ...B.....
 1605 ...Z.....
 1837 ...Telegraf
 1839 ...F
 1876 ...T.....
 1877 ...G.....
 1920 ...R.....
 1928 ...F.....
 1944 ...E.....
 1969 ...I.....
 1970 ...V.....
 1981 ...P.....
 1983 ...C.....
 1989 ...H.....
 1993 ...W.....

2. DRUCKMEDIEN

2.1 EINSTIEG

Welche Druck-/Printmedien bevorzugen Sie?

Was sind die Themen, die Sie in den Druckmedien interessieren?



2.2 ZEITUNGEN

Trotz Internet, Fernsehen und Radio lesen heute die meisten Menschen jeden Tag „ihre“ Zeitung.

Die ersten Zeitungen gab es bereits nach der Erfindung des Buchdrucks im 15. Jahrhundert. Die Drucker verkauften damals so genannte „fliegende Blätter“, die berichteten, was in der Heimat oder auch in fernen Ländern vor sich gegangen war.

Zeitungen im heutigen Sinn gibt es seit über 200 Jahren. Eine der ältesten Zeitungen der Welt ist „The Times“ aus London. Sie erschien erstmals 1785. Im 20. Jahrhundert hatte jede Stadt ihre eigene Tageszeitung und fast jede Familie hatte eine Zeitung abonniert, die der Zeitungsverträger jeden Tag brachte. Einige erschienen sogar zweimal am Tag. An den Straßenbahn- und Bushaltestellen standen Zeitungsverkäufer, die den Namen der Zeitung ausriefen und oft auch noch die Schlagzeile mit der Sensation des Tages. Mit der Verbreitung der Fernsehapparate verschwanden die Zeitungsverkäufer und viele Zeitungen wieder.

Dafür entstanden Gratis-Zeitungen, die ihr Geld nur mit der Werbung verdienen. Sie werden in die Haushalte verteilt oder liegen in Ständern an Bahnhöfen und Bushaltestellen bereit. Die größte Auflage haben in der Schweiz die beiden Wochenzeitungen „Coopzeitung“ und „Migros-Magazin“. Auch sie sind gratis.

Eine Zeitung, die mit großen Schlagzeilen gerne über Sensationen, Skandale und Verbrechen berichtet, nennt man Boulevardblatt.

Es ist wichtig, dass es viele verschiedene Zeitungen gibt, damit nicht eine Zeitung alleine die Meinung der Bevölkerung bestimmt. Oft steht eine Zeitung einer politischen Partei nahe.

An der Herstellung einer Zeitung sind sehr viele Menschen beteiligt. Tag und Nacht treffen Nachrichten und Berichte von Agenturen, Reportern, Journalisten und Korrespondenten ein. Diese Texte werden von der Redaktion gesichtet. Der Chefredakteur legt zusammen mit seinen Mitarbeitern bei einer Konferenz die wichtigsten Themen für die nächste Ausgabe fest. Natürlich arbeiten alle Redakteure an Computern. Wenn ihre Berichte fertig sind, werden sie am Bildschirm gesetzt (angeordnet) und dann können die Seiten per Internet der Druckerei übermittelt werden.



Berühmte „seriöse“ ausländische Tageszeitungen sind die „New York Times“ und die „Washington Post“, der „Corriere della Sera“, „Le Monde“, „Libération“, „El País“ und „El Mundo“, „Der Standard“, „Die Presse“...

Die Zeitungen werden in der Nacht in sehr großen Stückzahlen gedruckt. Tonnenschwere Papierrollen stehen bereit. Darauf muss innerhalb von wenigen Stunden die ganze Auflage gedruckt werden. Dann wird das Papier geschnitten und gefalzt. In Bündeln werden die Zeitungen in Lastwagen verpackt, die dann noch vor Sonnenaufgang losfahren.

Nach: http://www.mittelschulvorbereitung.ch/content_new/ssv/SA43psZeitung.pdf
(20. 1. 2011)

**Ü1) Coopzeitung“ und „Migros-Magazin“ sind gratis. Wer finanziert sie?
Drücken Sie Ihre Meinung aus.**



A large dashed rectangular box for writing an answer, with a small grey triangle at the bottom right corner.

INFO

[http://de.wikipedia.org/wiki/Coop %28Schweiz%2](http://de.wikipedia.org/wiki/Coop_%28Schweiz%2)
<http://de.wikipedia.org/wiki/Migros> (4. 6. 2010)



Ü2) Nennen Sie Länder, in denen diese „seriösen“ ausländischen Tageszeitungen erscheinen. Notieren Sie sie in der Tabelle.



1. die »New York Times«	
2. die »Washington Post«	
3. der »Corriere della Sera«	
4. »Le Monde«, »Liberation«	
5. »El Pais« und »El Mundo«	
6. »Der Standard«, »Die Presse«	

Ü3) Finden Sie Antworten auf die Fragen in den kleinen Kästchen unten.



1. Was ist eine Zeitschrift?
2. Was ist typisch für eine regionale Zeitung?
3. Was charakterisiert überregionale deutsche Zeitungen?
4. Wie ist die Zeitung »Bild«?
5. Welche linksliberale und kritische Zeitung wird seit 1945 in München herausgegeben?
6. Welchen Namen trägt eine eher konservative Zeitung aus Frankfurt?
7. Wie heißt eine links-alternative Zeitung aus Berlin?
8. Welche drei Zeitschriften werden in Deutschland am meisten gelesen?
9. Wie heißt die am Donnerstag in Frankfurt erscheinende „Zeit“?

	a) Die TAZ.
b) In denen gibt es Nachrichten aus der ganzen Welt und man kann sie überall in Deutschland kaufen.	
	c) Die Süddeutsche Zeitung.
d) Die bekannteste überregionale Boulevardzeitung mit der größten Auflage in Europa.	
	e) Die Frankfurter Rundschau.
f) Ein Magazin, ein kleines buntes Heft, das meistens ein Mal wöchentlich oder monatlich erscheint.	
	g) Der Spiegel, Der Stern und Der Focus.
h) Die Frankfurter Allgemeine Zeitung	
	i) Erscheint in einem kleinen Gebiet und berichtet vor allem über dieses Gebiet und wird da auch verkauft.

Ü4) Überprüfen Sie Ihre Lösung mit dem Hörtext.

<http://www.slowgerman.com/2008/11/24/zeitungen/> (20. 1. 2011)



Ü5) Ordnen Sie den angegebenen Wörtern ähnlich bedeutende Fachausdrücke aus dem Kästchen zu.



Boulevardblatt, Autor, Journalist, Konferenz, Manuskript, Abonnent, Sparten, Korrespondent, Korrektor, Auflage, Reporter, Zeitungssente, Presse, Annonce, Impressum, Karikatur, Interview

1. Textverfasser		10. Anzahl der gedruckten Exemplare	
2. Besprechung		11. Berichterstatter aus dem Ausland	
3. regelmäßiger Bezüger		12. Schlagzeilen	
4. Sensationszeitung		13. das Zeitungswesen	
5. Artikelschreiber		14. Angabe über den Hersteller	
6. handschriftlicher Text		15. Spottbild	
7. Kapitel, Unterteilung		16. Umfrage	
8. Textkontrolleur		17. Inserat	
9. Berichterstatter		18. Falschmeldung	

Ü6) Wie entsteht ein gedruckter Text? Erzählen Sie darüber.



Tages Anzeiger



1.

Ein Journalist/Reporter	schreibt	einen Text.
Eine Journalistin/Reporterin		Texte.

2.

Ein Text soll	als	Notiz	in	einer Zeitung	gedruckt werden.
Diese Texte sollen		Artikel			
		Bericht		einer Zeitschrift	veröffentlicht werden.
		Geschichte			herausgegeben werden.
		Beitrag			

3.

Vor dem Druck	der Zeitung	wird die Zahl	der Zeilen	bestimmt,
	der Zeitschrift		der Seiten	

die	der Artikel	in	der morgigen Nummer	haben darf.
	der Beitrag	im	neuen Heft	

4.

Vor dem Druck	der Zeitung	wird	mit dem Drucker	das Papier	diskutiert.
	der Zeitschrift	werden		die Schriften	

5.

Der Journalist muss	den Text noch einmal	lesen,	bevor	er	gedruckt wird.
		korrigieren,			

Ü7) Machen Sie die Web-Recherche über die deutschen Zeitungen. Präsentieren Sie sie in der Gruppe.



WEBQUEST: Informieren Sie sich über zwei der folgenden Zeitschriften: **Focus** – <http://www.focus.de/> **Spiegel** – <http://www.spiegel.de/>, **Der Standard** – <http://derstandard.at/>, **Kress** – <http://kress.de>, **Medientipp** – <http://www.medientipp.ch/> : Welche sind die Hauptthemen der aktuellen Ausgabe? Welche Themen sind für Sie interessant? Wie finden Sie die Homepage?
ALTERNATIVE: Sie können auch noch eine weitere Zeitschrift auswählen, deren Internetseiten Sie sich selbst aussuchen.

2.3 BÜCHER



Abb. 16: Ausschnitt aus »Der Bücherwurm« von Carl Spitzweg, um 1850
Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/B%C3%BCcherwurm> (20.4.2011)

Ü1) Wie entsteht ein Buch? Erzählen Sie darüber in der Gruppe.
HILFE: Vokabelliste



Vokabelliste

1. schreiben: der/die Autor/in, das Manuskript schicken, e-mailen
2. lesen: der/die Programmleiter/in, der/die Lektor/in, entscheiden, verlegen
3. herstellen: die Schrift und das Papier aussuchen
4. setzen: der Schriftsetzer, am Computer
5. illustrieren: der/die Illustrator/in, zeichnen
6. korrigieren: der/die Korrektor/in, überprüfen
7. drucken: die Druckerei,
8. binden: die Buchbinderei, falten, binden, beschneiden
9. lagern: das Auslieferungslager, die Buchhandlung
10. verkaufen: der/die Buchhändler/in, ausstellen

Text und Zeichnungen zum Thema unter
<http://user.phil-falc.uni-duesseldorf.de/~holtei/sachbuch/index.html> (4. 4. 2011)



Ü2) Schreiben Sie einen Dialog: In der Buchhandlung / In der Bibliothek.
Verwenden Sie Ausdrücke aus dem Kästchen.



das Buch	Erscheinen	der Drucker	
			die Zeile
drucken	Ausleihen	die Seite	
der Verlag	die Bibliothek		die Buchhandlung
das Taschenbuch		Drucken	
	der Druck		die Schrift

Ü3) Lesen Sie den Text und lösen Sie die Aufgabe unten.



Bookcrossing



Abb.17: Bookcrossing in Leipzig

Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Bookcrossing> (20. 4. 2011)

Beim Bookcrossing wird ein Buch vom Besitzer an Bekannte oder Unbekannte weitergegeben. Über eine zentrale Datenbank kann der nächste Besitzer bekanntgeben, dass er das Buch erhalten hat, woraufhin er es wiederum weitergibt.

- a) Die Idee zu Bookcrossing stammt von Ron Hornbaker, der auf die Idee kam Bücher in die Freiheit zu entlassen und so einen freien, globalen Buchclub zu gründen.
- b) Webseite: seit April 2001. Inzwischen melden sich pro Tag weltweit über 330 neue Mitglieder an, Tendenz steigend.
- c) Bisläng (Stand 7. 5. 2010) gibt es 858.518 Bookcrossers, die bereits 6.300.279 Bücher registriert haben. Die Bookcrosser stammen aus allen Altersschichten und allen Gruppen der Gesellschaft.
- d) Bookcrossing ist global, mit Mitgliedern aus über 130 Ländern - von "Antarktis" bis "Zimbabwe". Ein Großteil stammt aus den USA. Doch die Gemeinschaft der Bookcrosser in Deutschland und ganz Europa wächst. Bücher kennen keine Grenzen.
- e) Bookcrosser registrieren ihre Bücher auf www.bookcrossing.com. Hierdurch hat jedes Buch seine eigene Bookcrossing-IDentifikationsnummer. Diese Nummer wird in das Buch geschrieben. Wer das Buch findet, kann mit dieser Nummer auf der Webseite www.bookcrossing.com nachsehen, wer das Buch freiließ und wo es schon überall war. Selbst kann man auch noch einen Eintrag zu diesem Buch machen - so wissen die anderen Bookcrosser, dass es dem Buch gutgeht.
- f) Nachdem man ein Buch gelesen hat (oder auch nicht), lässt man dieses Buch wieder frei. Das heißt z.B., dass man es in einer Kneipe, im Zug oder auf der Parkbank liegen lässt, damit andere es finden können.

Nach: <http://www.bookcrossers.de/bcd/home/kurz/> (20. 3. 2011)

Ü4) Jeder Absatz des Textes ist die Antwort auf eine der Fragen. Notieren Sie den Buchstaben der Antwort zur Frage.



1. Wer macht da überhaupt mit? _____
2. Was bedeutet es "ein Buch freizulassen"? _____
3. Seit wann gibt es "bookcrossing"? _____
4. Wo wird Bookcrossing überhaupt gemacht? _____
5. Was ist eigentlich "bookcrossing"? _____
6. Wie funktioniert es? _____

2.4 WERBUNG



Werbung dient sowohl der gezielten und bewussten als auch der indirekten und unbewussten Beeinflussung des Menschen zu meist kommerziellen Zwecken. Teils durch emotionale (Suggestion), teils durch informierende Werbebotschaften spricht Werbung bewusste und unbewusste Bedürfnisse an oder erzeugt neue.

Abb. 18: Stuttgarter Litfaßsäule mit dem Fahrkartenautomat

Quelle: <http://de.wikipedia.org/vwiki/L-itfa%C3%9Fs%C3%A4ule>
(20. 3. 2011)

Ü1) Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text.

*anhängen Anschlagssäule Außenwerbung bunt Genehmigung Innerem
publizieren Werbemediums Werbung*



Eine Litfaßsäule ist eine _____, an die Plakate geklebt werden. Sie wurde vom Berliner Drucker Ernst Litfaß erfunden und zählt zum Bereich der _____.

Die Idee, Plakatsäulen aufzustellen, entstand, um der damals um sich greifenden Wildplakatierung entgegenzuwirken. Litfaß schlug den Behörden vor, überall in der Stadt Säulen aufzustellen, an denen die Menschen ihre Plakate _____ konnten.

Nach jahrelangen Verhandlungen erteilte der Berliner Polizeipräsident Karl Ludwig von Hinkeldey Litfaß am 5. Dezember 1854 die erste _____ für seine

„Annoncier-Säulen“. Er bekam von der Stadt Berlin ein bis 1865 gültiges Monopol für die Aufstellung seiner Säulen.

Dies geschah allerdings unter der Auflage, auch die neuesten Nachrichten zu _____ . Im Jahre 1855 wurden die ersten 100 Litfaßsäulen in Berlin aufgestellt und dem Erfinder zu Ehren nach ihm benannt. Im Jahre 1865 wurden weitere 50 Säulen aufgestellt. Sowohl die Behörden als auch die Werbekunden erkannten schnell die Vorteile des neuen _____: Von staatlicher Seite war eine vorherige Zensur der Inhalte möglich. Werbekunden konnten sich darauf verlassen, dass ihre Plakate auch wirklich für die gesamte gemietete Zeit ohne Überklebungen zu sehen sein würden. Heute stehen Litfaßsäulen in jeder deutschen Stadt. Man kann hier _____ sehen für

Konzerte oder Theaterstücke, oft werden ganze Spielpläne abgedruckt oder man wird informiert über die Öffnungszeiten des Zoos oder man erfährt, in welchem Freibad man schwimmen kann. Viele Plakate sind so _____ und interessant, dass man unweigerlich stehen bleibt, um sie zu lesen. Natürlich gibt es in Deutschland auch Plakatwände, aber Litfaßsäulen nehmen viel weniger Platz weg. Es gibt auch Säulen, in deren _____ Telefone, Fahrkartenautomaten, WC... untergebracht sind.

Nach: <http://de.wikipedia.org/wiki/Litfa%C3%9Fs%C3%A4ule> (20. 3. 2011)

Ü2) Erzählen Sie die Geschichte der Litfaßsäule nach.



Ü3) Finden Sie die richtige Lösung und kreuzen Sie sie an. Wortschatzübung.



1. Unternehmen lassen in einer Zeitung ihre Werbeanzeigen ...
 - a) schalten
 - b) erstellen
 - c) einsetzen
 - d) anbringen

2. Die Werbung soll zunächst die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, dann das Interesse ..., das Verlangen herausfordern und schließlich dadurch den Kauf bewirken.
 - a) aufwachen
 - b) locken
 - c) wecken
 - d) machen
 - a) e)

3. Um eine Ware bekannt zu machen, muss man kräftig die Werbetrommel
 - a) drehen
 - b) starten
 - c) schlagen
 - d) rühren

4. Wenn man mit besonders guten Preisen für bestimmte Ware werben möchte, macht man
- a) Knabberangebote
 - b) Schnäppchenangebote
 - c) Restangebote
 - d) Superangebote
5. Oft preist man ein Produkt an, d.h.
- a) Das Produkt wird gelobt und zum Kauf empfohlen.
 - b) Das Produkt wird nach der Startphase teurer werden.
 - c) Das Produkt wird mit dem optimalen Preis angeboten.
 - d) Der Preis des Produktes wird günstiger sein.
6. Werbespots werden im Fernsehen
- a) versendet.
 - b) vorgeführt
 - c) aufgeführt
 - d) ausgestrahlt.
7. Synonym zum »Slogan« wird in der Werbung ... benutzt.
- a) Claim
 - b) Motto
 - c) Devise
 - d) Refrain
8. Eine nicht geheftete sondern nur gefaltete Werbeschrift wird ... genannt.
- a) Faltpapier
 - b) Falter
 - c) Faltblatt
 - d) Vielfalt

3. TONMEDIEN

3.1. EINSTIEG

**Waren Sie schon einmal in einem Tonstudio?
Tauschen Sie Ihre Erfahrungen in der Gruppe aus.**



Abb. 19: Radiostudio

Quelle: http://www.h-doppelpunkt.de/cms/upload/Lehre_und_Forschung/FB03/RadiosStudio_002.jpg
(27. 4. 2011)

3.2 HÖRFUNK

Das Radio war das erste elektronische Massenmedium. Seit den Zwanzigerjahren des letzten Jahrhunderts hat sich der Hörfunk etabliert. Mit dem Radio erreichten Nachrichten und Unterhaltung die heimischen Wohnstuben frei empfangbar und rund um die Uhr. Auch der Siegeszug des Fernsehens hat daran nur wenig geändert. Radio wird unterwegs im Auto oder auf der Arbeit auch heute noch von Millionen Menschen in Deutschland gehört.

Laut der Arbeitsgemeinschaft Medienanalyse e.V. hören über 70 Prozent des über 14-Jährigen in Deutschland täglichen Radios. Diese Reichweite ist beeindruckend. Dennoch geraten die Hörfunksender zunehmend unter Druck. Mit dafür verantwortlich ist das Internet. Denn kostenlose Radiostreams und nicht zuletzt Podcasts haben den traditionellen Sendern Konkurrenz gemacht.

Die Entwicklungen im Internet gehen nicht spurlos vonstatten. Während die Älteren dem Radio treu sind, bleiben die unter 30-Jährigen zunehmend fern. Der rasante Erfolg von Webradios und Podcasts hat dazu beigetragen. Bereits im September letzten Jahres wurden geschätzte sieben Millionen Podcasts pro Monat heruntergeladen. Mit exorbitanten Wachstumsraten: Gut zehn Prozent pro Monat.



Streamingclients (MP3-Player) bringen Webradios und Podcasts direkt an die Stereoanlage - ohne Computer

Ursachenforschung

Das Signal ist deutlich: Die jungen und flexiblen Medienkonsumenten sind des Formatsradios müde und werden ihr eigener Programmchef. Durch iPod* und andere Player** werden die Nutzer unabhängiger von Senderplanung und Musikrotation. Wenn schon die gesamte Musiksammlung jederzeit abrufbar in der Jackentasche steckt, will man bei den Infos und anderen Audiobeiträgen nicht weniger flexibel sein.

Die Entwicklungen zeigen, dass Audioinhalte wieder an Bedeutung gewinnen. Ein weiteres Indiz für das steigende Interesse am gesprochenen Wort sind die steigenden Absatzzahlen von Hörbüchern.

Nach: <http://www.netzwelt.de/news/75122-massenmedien-wandel-radio.html> (26. 4. 2011)

Ü1) Ergänzen Sie die statistischen Daten mit den Informationen aus dem Text.



1. Das erste...
2. Seit den Zwanzigerjahren des letzten Jahrhunderts...
3. Von Millionen Menschen...
4. Über 70 Prozent der über 14-Jährigen...
5. Die unter 30-Jährigen...
6. Sieben Millionen Podcasts pro Monat...

Ü2) Was unterscheidet das Medium Radio von anderen im Bezug auf den Umgang mit den Informationen? HILFE: Stichpunkte



Stichpunkte:

Radio kann sofort reagieren, wenn etwas passiert.
Radionachrichten sind kurz, mit wenigen Einzelheiten...

INFO

***Der iPod** stammt aus dem Hause Apple und ist tragbarer Player mit zahlreichen Funktionen. Mit dem MP4-Player lassen sich digitale Medien von Musik, Videoclips, bis zu Bildern oder Spielen abspielen und speichern. 2001 kam der erste iPod auf den Markt. Mittlerweile gehört das Gerät zu den meistverkauften tragbaren Wiedergabegeräten.

****MP3** ist die komprimierte Speicherung digitaler Audiodaten und eine Abkürzung für MPEG 1 Audio Layer 3 zusammen. Die Audiodateien erleiden durch die Kompression ins MP3-Format einen Qualitätsverlust, der jedoch für das menschliche Ohr kaum hörbar ist. MP3-Downloads sind z.B. im Musikbereich nicht mehr wegzudenken.

Ü3) Was ist Podcasting? Finden Sie Informationen im Internet.

VORSCHLAG:

http://www.netzwelt.de/news/75122_2-massenmedien-wandel-radio.html und
http://www.netzwelt.de/news/75122_3-massenmedien-wandel-radio.html

(27. 4. 2011)



3.3 MUSIKGERÄTE

Ü1) Welche Geräte sehen Sie auf dem Bild?

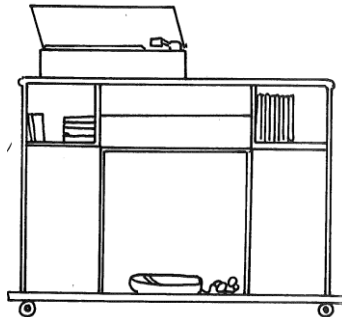


Abb.20: Hifi-Anlage von crossfire65

Quelle:

<http://www.hifitest.de/anlagen-ausgabe.php?aid=119&ra=1> (27. 4. 2011)

Ü2) »Bauen« Sie Ihre eigene Stereoanlage.



Ü3) Stellen Sie Ihre Stereoanlage in der Gruppe vor.



**Ü4) Welche Wörter aus der Wort-Kiste passen zu den Bildsymbolen?
Ergänzen Sie den Wortigel.**



Der Ton ist gut/schlecht.	die Lautsprecher leise/laut stellen	Die Anlage ist an / aus.
den Kassettensrecorder einschalten/ausschalten	„Liebe Hörerinnen und Hörer!“	
Rundfunk / Musik / eine Kassette / eine Platte / eine CD hören	ein Interview mit ... hören	
das Radio anmachen/ausmachen	einen Knopf/Schalter drücken	
Dieses Lied gibt es auf CD, Kassette und Platte.	Die Sendung hat viele Zuhörer(innen).	
einer Journalistin / einem Journalisten genau zuhören	den Stecker in die Steckdose stecken	



Die Anlage ist an/aus.



Musik hören



Der Ton ist gut/schlecht.

Nach: MEMO, Langescheidt, 1995, S.140

Ü5) Übersetzen Sie die Wörter aus dem Kästchen.

HILFE: http://www.pons.si/nemscina-c-8_252_272.php



4. BILD-TONMEDIEN

4.1. EINSTIEG

**Welche audiovisuellen Medien haben Sie zu Hause?
Welches könnten Sie nicht mehr entbehren?**



Abb. 21: Heimvernetzung

Quelle:

<http://www.news.de/ratgeber/855117521/ich-glottz-tv-videos-fotos-filme/1/> (28. 4. 2011)

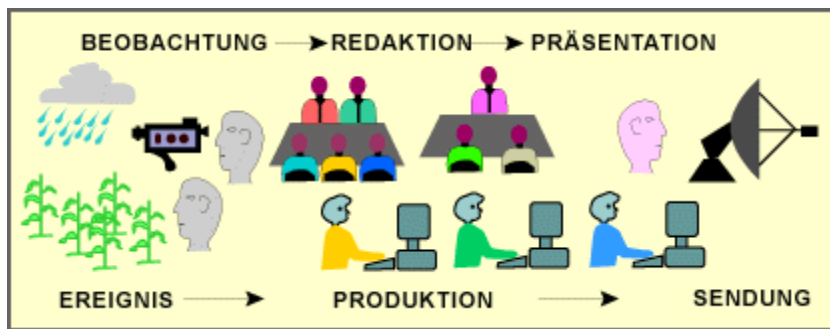
4.2 FERNSEHEN

4.2.1 Fernsehreportage

Das Medienprodukt durchläuft viele Produktionsstufen bis es zum Publikum gelangt, und bei jedem Schritt in diesem Prozess werden die ursprünglichen Daten gefiltert - in ihrer Länge gekürzt, stilistisch ausgefeilt, zensiert usw. Jede Stufe in diesem Prozess ist gleichsam ein Tor, das die Daten passieren müssen, daher spricht man in diesem Zusammenhang auch von gatekeeping ("Torhüterfunktion").

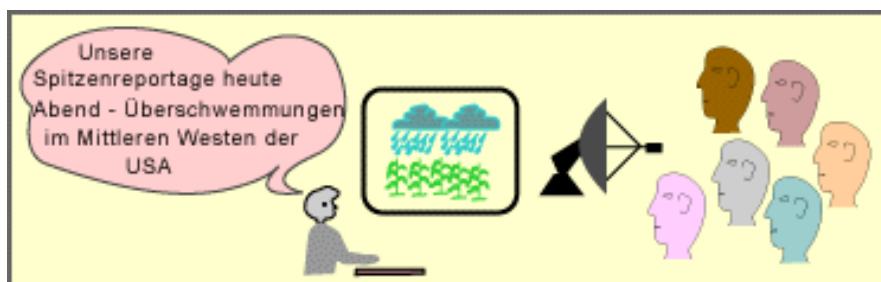
Stellen Sie sich beispielsweise vor, das Team einer Fernsehgesellschaft wird in den mittleren Westen der USA geschickt, um von den dortigen schweren Regenfällen und Überschwemmungen zu berichten. Das Gatekeeping dieser Geschichte beginnt mit der Beobachtung der Ereignisse durch das Nachrichtenteam.

Die Flut erstreckt sich möglicherweise über Hunderte von Quadratkilometern und viele Millionen Menschen sind in ihrer Existenz davon betroffen, aber das Team kann nur einen kleinen Teil davon aufnehmen. Nehmen wir an, dass das Team entschließt sich, die Schäden an der Maisernte in den Mittelpunkt ihrer Berichterstattung zu stellen. Diese Entscheidung filtert die verfügbaren Daten - Daten im Zusammenhang mit der Maisernte werden aufgenommen, Daten, die sich auf die Ernte von etwas anderem als Mais oder auf andere Schäden beziehen, werden weggelassen.



Viele Personen tragen zur Gestaltung dieser "Story" bei. Redakteure wählen die einzelnen Videosequenzen für die Präsentation aus; Texter verfassen einen Kommentar für den Sprecher; Grafiker entwerfen Titel, Karten, Animationen und andere Videoeffekte; Musiker gestalten die Hintergrundmusik für den Film usw. Andere Redakteure treffen die Entscheidung, wann die Story "laufen" und wo sie innerhalb anderer Reportagen, Werbeeinschaltungen und anderem Sendematerial platziert sein soll. Ein Moderator wird die Reportage ankündigen und verschiedene Techniker werden sicherstellen, dass sie "auf Sendung" geht.

Während ihres Aufenthalts im Überschwemmungsgebiet hat das Nachrichtenteam vielleicht Videomaterial für mehrere Stunden aufgenommen, viele Fakten zusammengetragen und viele Leute interviewt. Gesendet werden dann, wenn überhaupt, nur einige Minuten. Und jeder "Gatekeeper" wird Inhalt und Stil der Reportage mitbeeinflusst haben. Jeder wird etwas zu den ursprünglichen Daten hinzugefügt oder etwas entfernt haben und auf seine Weise bei der Gestaltung dieses speziellen Kommunikationsprodukts mitgeholfen haben.



Nach:

<http://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/kommunikation/bedeutung/medien02.php> (29. 4. 2011)

Ü1) Unterstreichen Sie die Produktionsstufen der beschriebenen Fernsehreportage im Text.



Ü2) Schildern Sie die Entstehungsgeschichte einer Reportage.



WEBQUEST: Wählen Sie einen Fernsehkanal aus und informieren Sie sich über das Fernsehangebot ab 17 Uhr: **ARD** oder **ARTE** (Menüpunkt: Programm). Wählen Sie zwei Sendungen aus dem Angebot aus, die Sie gerne sehen möchten. Berichten Sie kurz über das Thema und Genre der Sendungen und begründen Sie Ihre Auswahl.



4.3 FILM UND KINO

Im Kino projiziert man mit einem Projektor den Film auf eine weiße Projektionswand/Leinwand (weil sie aus einem Leinentuch bestand).

„Bewegte Bilder“ gibt es seit hundert Jahren. Bis etwa 1930 war die Stummfilmzeit, d.h. die Filme hatten noch keinen Ton. Wichtige Gespräche wurden ab und zu als Text eingeblendet. Die Kinos engagierten Pianisten, die ihre Musik der Handlung entsprechend wählten. Bis etwa 1950 waren die Filme schwarzweiß.

Die neueste Entwicklung in Sachen Kino ist die 3-D-Vorführung.

4.3.1 Kino-Fachausdrücke in Bildern



Deutscher Klassiker



Plexiglas Filmklappe mit Beschriftung



Totale



Nahe



Großaufnahme



3-D Kino

4.3.2 Kino-Fachausdrücke in Wort

Ü1) Was gehört zusammen? Setzen Sie die Wörter aus dem Kästchen in die Tabelle. HILFE: Bilder



Actionfilm, Drehbuch, Klappe, Kultfilm, Maskenbildner/in, Matinee, Produzent, Regisseur, Science-Fiction, Marlene Dietrich, Der blaue Engel, **Slapstick**, Statist, Szene, Totale, Western, Zeitlupe, Zoom, Nahe, Großaufnahme.

1.Slapstick	Grobe Komik, wie z.B. das Bewerfen mit Sahnetorten
	Teil eines Films, Zusammenhang von Zeit, Ort und Figuren
	Sie führt die Örtlichkeit und / oder die Handlung ein.
	Sie ist die am häufigsten für Dialoge oder in Interviews verwendete Größe. Man stellt damit mehr Nähe zur Filmfigur her, man kann ihr Verhalten, ihre Aktionen und Reaktionen sehen.
	Manchmal sind hier Teile des gefilmten Objekts abgeschnitten. Die Mimik oder/und Gefühle stehen deutlich im Vordergrund.
	Eine in der Filmtechnik angewandte Methode, die Bewegungsabläufe verlangsamt darstellt.
	Stellt eine Veränderung der Brennweite am Kameraobjektiv dar, bei der sich die Position der Kamera nicht verändert, und imitiert eine Hin- oder Rückfahrt, beispielsweise die Veränderung von den totalen in eine Naheinstellung.
	Die textliche Vorlage für einen Film.
	Er ist Geschäftsführer einer Filmproduktion.
	Er ist für künstlerische Verwirklichung des Films zuständig, leitet Dreharbeiten.
	Darsteller, der gewöhnlich keine Sprechrolle hat.
	Hilfsmittel bei der Produktion eines Films, um Bild und Ton im Schneiderraum zu synchronisieren und die einzelnen Einstellungen eines Films eindeutig zu kennzeichnen.
	Sie/Er ist für das Schminke und die realitätsnahe Verkleidung zuständig.
	Ein Filmgenre, dem Filme zugeordnet werden, die sich mit fiktionalen Techniken sowie wissenschaftlichen Leistungen und deren möglichen Auswirkungen auf die Zukunft beschäftigen.
	In diesen Filmen gibt es harte Zeitkämpfe, spektakuläre Schusswaffenduelle, wilde Verfolgungsjagden.
	Film, der auf eine Personengruppe starke Wirkung hat und deshalb immer wieder angesehen wird.
	Film, der zur Zeit der Eroberung des amerikanischen Westens durch weiße Siedler spielt.

	Filmvorführung am Morgen
	Der Titel eines klassischen <u>deutschen Spielfilms</u>
	Berühmte deutsche Schauspielerin

WEBQUEST: Sammeln Sie Informationen über das Filmmuseum Berlin <http://www.filmmuseum-berlin.de/>. Berichten Sie schriftlich oder mündlich über folgende Punkte: Thema der Dauerausstellung, Thema der aktuellen Sonderausstellung, Eintrittspreise, Öffnungszeiten, Führungen und evtl. weitere interessante Informationen.



4.4 VIDEOS

4.4.1 Videokamera

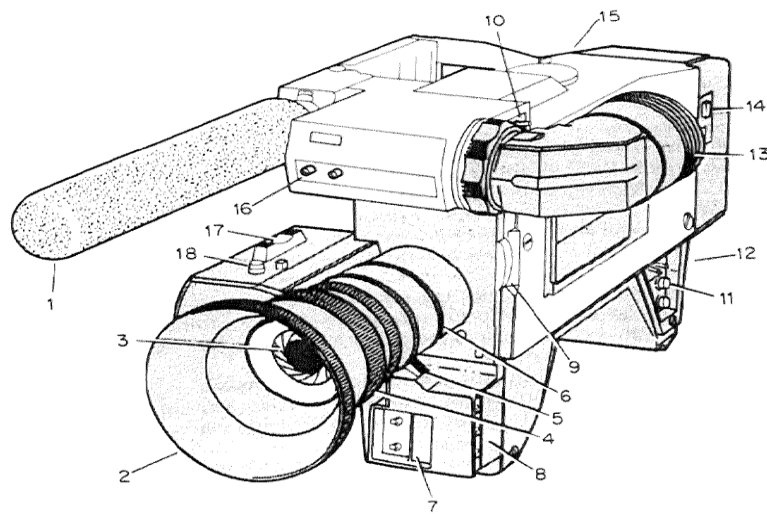


Abb.22 : Videokamera
Quelle: eigene

1. Mikrofon	10. Sucher-Scharfeinstellhebel
2. Gegenlichtblende	11. Audioregler
3. Blende oder Iris	12. Rücken der Kamera: VRT-Anschluss, Videoausgang, Videoausgang für Monitor
4. Scharfstellring	13. Okular/Sucher (Viewfinder)
5. Zoom-Ring	14. Batterie
6. Blendenring	15. Mikrofon-Anschlüsse und externe Stromversorgung (auf der Rückseite der Kamera)
7. White Balance Einstellungen	16. Einstellungen des Suchers
8. Videoausgänge	17. Zoomregler
9. Einstellung von Filtern bei künstlichem oder natürlichem Licht in Kelvin	18. Ein- und Ausschalten der automatischen Iris-Schalter

Ü1) Wozu dienen einzelne Bestandteile einer Videokamera? Formulieren Sie einige Sätze nach dem Muster.



MUSTER:

Für die Tonaufzeichnung ist ein Mikrofon eingebaut.

INFO: Aus Videoaufnahmen einen fertigen Kurzfilm montieren. Darüber lesen Sie hier.

http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/handouts/anleitung_magixvideodeluxe.pdf (29. 4. 2011)



5. ABSCHLUSS DES 3. KAPITELS

Überprüfen Sie das Gelernte.

Test 3

Ü1) Suchen Sie Antworten auf folgende Fragen im Text „Stumme Verkäufer“.



1. Was ist ein stummer Verkäufer?
2. Wie kauft man da eine Zeitung?
3. Was sind Kennzeichen der BILD-Zeitung?
4. Welche überregionalen Zeitungen kennen Sie?
5. Was ist eine Zeitschrift?

STUMME VERKÄUFER



Abb. 23: Stummer Verkäufer

Quelle: <http://www.hacker-pschorr.de/blog/tag/u23/>
(30. 3. 2011)

Ein Verkäufer arbeitet in einem Laden und verkauft Waren. Das kann eine Bäckerei sein oder eine Metzgerei, ein Kiosk oder ein Supermarkt. Was aber ist ein stummer Verkäufer?

Ganz einfach: Ein stummer Verkäufer ist ein Kasten aus Metall, der auf vier Füßen steht. In diesem Kasten sind Zeitungen. Aktuelle Tageszeitungen. Oben ist dann noch eine Schlagzeile zu lesen, die neugierig machen soll auf die Zeitung. Diese Kästen nennt man in Deutschland stumme Verkäufer.

Zeitungskästen gibt es natürlich auch in anderen Ländern. Aber in Amerika zum Beispiel muss man erst Geld einwerfen, bevor man sie öffnen kann um eine Zeitung zu entnehmen. In München kann man einfach den Deckel anheben und sich eine Zeitung nehmen. Natürlich soll man Geld einwerfen, aber die Kästen sind keine Automaten. Man vertraut auf die Ehrlichkeit der Kunden.

Da die Münchner aber genauso unehrlich sind wie alle anderen Menschen, werden hin und wieder Kontrollen gemacht. Das Prinzip ist so ähnlich wie bei der U-Bahn: Während in anderen Städten wie Paris, London oder New York ein Zutritt zur U-Bahn nur mit einem Ticket möglich ist, kann man in München oder Berlin einfach in den Zug einsteigen. Kontrolliert wird nur in Stichproben – auch hier vertraut man auf die Ehrlichkeit der Bürger.

Zur Zeitungslandschaft in Deutschland kann man viel sagen. Die am meisten verkaufte Zeitung in Deutschland ist die BILD-Zeitung. Sie ist eine Boulevardzeitung, zu erkennen an riesigen Überschriften, nackten Frauen auf dem Cover und Skandal-Geschichten über Prominente. In Städten wie München gibt es zusätzlich noch weitere kleine Boulevardzeitungen wie die Abendzeitung.

Neben regionalen Zeitungen gibt es auch überregionale Zeitungen. Diese werden nicht nur in einer bestimmten Stadt oder einer bestimmten Region verkauft, sondern in ganz Deutschland. Ein Beispiel ist die Süddeutsche Zeitung oder die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Übrigens nennen wir Magazine in Deutschland Zeitschriften. Gemeint sind farbig gedruckte Zeitschriften in Heftform. Am bekanntesten ist hier der Spiegel, der einen sehr guten journalistischen Ruf hat und jeden Montag erscheint.

Alle diese Zeitungen und Zeitschriften haben übrigens mittlerweile eigene Internetseiten. Den Spiegel gibt es auch auf Englisch zu lesen.

Quelle: Eigene

Ü2) Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:

Bücher, Deutschland, Feiertag, Grund, inspirieren, Kreativität, regionale, Todestag, Verlage



DER WELTTAG DES BUCHES

Eine _____ Tradition ist zu einem internationalen Ereignis geworden: 1995 erklärte die UNESCO den 23. April zum „Welttag des Buches“, dem weltweiten _____ für das Lesen, für Bücher und die Rechte der Autoren. Die UN-Organisation für Kultur und Bildung hat sich dabei von dem katalanischen Brauch _____ lassen, zum Namenstag des Volksheiligen St. Georg Rosen und _____ zu verschenken. Über diesen Brauch hinaus hat der 23. April auch aus einem weiteren _____ besondere Bedeutung: Er ist der _____ von William Shakespeare und Miguel de Cervantes. Seit 1996 wird der „Welttag des Buches“ auch in _____ gefeiert. Zahlreiche Buchhandlungen, _____, Schulen und Bibliotheken organisieren jedes Jahr mit Engagement und _____ Veranstaltungen rund um Bücher und das Lesen.

Aus: <http://www.welttag-des-buches.de/de/135900> (28. 4. 2011)

Ü3) Was gehört zusammen? Verbinden Sie Begriffe (1. – 10.) mit den Beschreibungen (a. – j.).


1. der Videorecorder	4. der Fernseher	7. der Film	10. der Schauspieler/ die Schauspielerin
2. die Videokassette	11. das Film- /Fernsehstudio	8. das Kino	
3. die Kamera	6. die Zuschauer, das Publikum	9. das Programm	

- a) ein elektronisches Gerät mit Bildschirm, auf dem man Fernseh- und Videofilme sehen kann.
- b) Räume mit technischen Geräten für die Produktion von Kino- bzw. Fernsehfilmen.
- c) eine Sequenz von vielen Bildern und Geräuschen, die mit einer Film- oder Videokamera aufgenommen wurde.
- d) eine flache Plastikbox mit Videoband für 3 – 6 Stunden Videoaufnahmen
- e) eine Person, die in Kino- oder Fernsehfilmen eine Rolle spielt
- f) das Angebot von Kinofilmen oder Fernsehsendungen, die man sich zu einer bestimmten Zeit anschauen kann
- g) die Menschen, die ins Kino gehen oder fernsehen
- h) das technische Gerät, mit dem man Fotos aufnimmt bzw. Schwarzweiß- oder Farbfilme macht
- i) großer Raum mit Sitzen, wo viele Menschen im Dunkeln Filme auf einem riesigen Bildschirm ansehen
- j) ein elektronisches Gerät, mit dem man Fernsehsendungen aufnehmen und Videokassetten abspielen kann

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

Ü4) Erzählen Sie über slowenische Zeitungen und Zeitschriften. Kommentieren Sie die Gestaltung dieser Print-Medien.

Ü5) Präsentieren Sie eine deutsche Zeitschrift: die Hauptthemen der aktuellen Ausgabe, detailliert ein ausgewähltes Thema, Analyse der Gestaltung ihrer Internet-Homepage.


ZUSAMMENFASSUNG

Im dritten Kapitel wird das Fachthema **Medien von Print-, auditiven bis audiovisuellen Medien** behandelt, denn das eigene Fach muss man auch in der Fremdsprache gut kennen lernen, was sowohl mit verschiedenen Textsorten, Textübungen und Aufgaben als auch eigenen Recherchen erreicht und bei der Prüfung überprüft wird. Zur Festigung des Wortschatzes helfen verschiedene visuelle und audiovisuelle Lernmittel.

Die Studenten befähigen sich zum Verstehen der Fachtexte in Druck-, Ton- und Videoform, zu ihrer Interpretation und Übersetzung. Sie erlernen auch Grafiken, Tabellen zu interpretieren und sich über selbst erworbenen Informationen zu äußern.

KAPITEL 4

**»Nichts ist wichtiger
als Kommunikation!«**

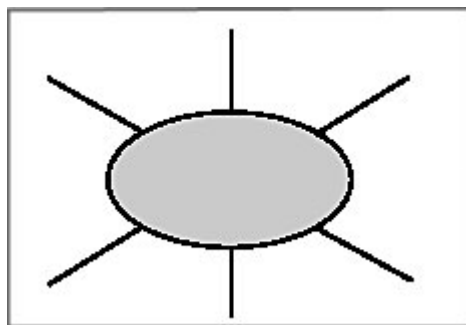
Am Ende dieses Kapitels werden Sie fähig sein,

- in einem Messeprospekt die wichtigsten Informationen zu finden,
- über die Schwerpunkte der heutigen Medienmessen zu diskutieren,
- Messegespräche in Hörtexten zu verstehen,
- eine Messe, einen Messestand oder ein ausgestelltes Produkt zu präsentieren,
- ein Hotelzimmer telefonisch zu reservieren und per Fax die Buchung zu bestätigen,
- allgemeine Begriffe und Handelsbedingungen zu verstehen,
- eine Anfrage zu verstehen und mit Hilfe der Textbausteine zu formulieren,
- Fachausdrücke eines Angebots mit Incoterms zu beherrschen und sie aktiv zu einer Angebot-Formulierung zu gebrauchen,
- eine Bestellung zu verstehen und zu erstellen,
- eine Auftragsbestätigung zu einer Bestellung zu verfassen,
- eine Reklamation zu verstehen, erstellen und zu übersetzen.

1. MESSEN

1.1. EINSTIEG

In der Gruppe sammeln Sie Assoziationen zum Thema und dann diskutieren Sie darüber.



1.2. MESSEN IN DEUTSCHLAND

Die **deutschen Messen** sind wichtige Informations- und Orderplätze für Aussteller und Besucher aus Slowenien. Die Besucher- wie auch die Ausstellerzahlen aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten steigen auch weiterhin. Die Ausstellerzahlen insgesamt aus der Region Ex-Jugoslawiens stiegen in den letzten fünf Jahren um mehr als 30 Prozent an. Fast die Hälfte aller Aussteller kommt aus Slowenien. Dies korrespondiert auch mit den wirtschaftlichen Erfolgen des Landes, welches auf eine robuste Exportwirtschaft begründet ist. Mit dem EU-Beitritt Sloweniens und der damit verbundenen Ausstrahlung auf die südlichen Nachbarn erwarten wir weiter steigende Aussteller- und Besucherzahlen aus dieser Region.

Nach: <http://www.gzs.si/slo/> (4. 5. 2008)

Ü1) Übersetzen Sie den Text.



Mehr über deutsche Messen: <http://www.euroexpo.de/german/> (10. 1. 2011)



Ü2) Diskutieren Sie in der Gruppe über die deutschen Fachmessen.



Messetermine	Messenname	Ort	Homepage
01.03.2011 - 05.03.2011	Cebit Lösungen für die digitale Arbeits- und Lebenswelt	Hannover Deutschland	
12.03.2011 - 13.03.2011	HIGH END® on Tour - HoT Stuttgart Spezialmesse für hochwertige Unterhaltungselektronik	Stuttgart Deutschland	
28.03.2011 - 30.03.2011	EURONICS Ordermesse und Kongress der EURONICS Deutschland eG ausschließlich für angeschlossene Händler	Stuttgart Deutschland	
03.05.2011 - 05.05.2011	AngaCable Fachmesse für Kabel, Breitband und Satellit	Köln Deutschland	
19.05.2011 - 22.05.2011	High End Europas größte Spezialmesse für hochwertige Unterhaltungselektronik	München Deutschland	
02.09.2011 - 07.09.2011	IFA Internationale Funkausstellung - World of Consumer Electronics	Berlin Deutschland	
20.10.2011 - 23.10.2011	Venus Berlin Internationale Erotik Messe und Fachmesse für Internet, Multimedia & Adult Entertainment	Berlin Deutschland	
19.11.2011 - 20.11.2011	HIGH END® on Tour - HoT Neuss-Düsseldorf Spezialmesse für hochwertige Unterhaltungselektronik	Neuss Deutschland	
03.05.2012 - 06.05.2012	High End Europas größte Spezialmesse für hochwertige Unterhaltungselektronik	München Deutschland	
22.05.2012 - 24.05.2012	AngaCable Fachmesse für Kabel, Breitband und Satellit	Köln Deutschland	
18.09.2012 - 23.09.2012	Photokina World of Imaging	Köln Deutschland	

Aus: <http://www.messen.de/de/1153/branchen/Multimedia.html> (10. 1. 2011)

Ü3) Beschreiben Sie die CEBIT-Messe. HILFE: Verben



sich informieren, besuchen, stattfinden, veranstaltet werden, geöffnet sein, bestehen aus..., vertreten sein

Cebit

Lösungen für die digitale Arbeits- und Lebenswelt



Zutritt: Allgemeines Publikum

Termine: 01.03.2011 - 05.03.2011

Messeort: Messegelände in Hannover
Messeschneppweg/Hermesallee
30521 Hannover

Messen.de Service-Center: Telefon: 09001-611611*

Angebot: digitale Lösungen, Informations- und Kommunikationstechnik, Business Prozesse, Effizienz, Communication, digitale Equipments & Systeme, Banking & Finance, Know-How-Transfer, Public Sector Parc - Digitale Verwaltung, IT-Dienstleistungen, Telekommunikation, Computer-Hardware, Software, Internet, Informationstechnik, Network Computing, Netzwerktechnik, Sicherheitstechnik, Datenschutz, Dienstleistungen

Öffnungszeiten: täglich von 09:00 Uhr bis 18:00 Uhr

Eintrittspreise:
Vorverkauf:
Tageskarte: 34,00 EUR
Dauerkarte: 77,00 EUR
Tageskasse:
Tageskarte: 39,00 EUR
Tageskarte ermäßigt: 18,00 EUR*
Dauerkarte: 87,00 EUR

* gilt für Schüler, Auszubildende, Studenten, Wehrpflichtige und Zivildienstleistende (NUR am Wochenende gültig) - für Behinderte an ALLEN Messtagen gültig

Aussteller-Informationen

Standmiete:
Standfläche:
Reihenstand: 210,00 EUR/m²
Eckstand: 262,50 EUR/m²
Kopfstand: 294,00 EUR/m²
Blockstand: 336,00 EUR/m²

Freigelände:

Standfläche: 95,00 EUR/m²

zusätzliche Gebühren & Angaben:

Mietausstellergebühr: 800,00 EUR

Anmeldegebühr: 300,00 EUR

Alle Preise zzgl. MwSt.

Veranstalter:

Deutsche Messe AG
Messegelände
30521 Hannover
Telefon: +49-511-89-0
Fax: +49-511-89-32626

 info@messe.de

 www.messe.de

Branche:

Kommunikation Telekommunikation Unterhaltungselektronik
Informations- und Networkingplattform Film-, Funk- und
Fernsehtechnik Multimedia

Aus: <http://www.messen.de/de/7953/in/Hannover/Cebit/info.html> (10. 1. 2011)

Ü4) Hören Sie die Messegespräche.



Gespräche am Messestand eröffnen

<http://www.langenscheidt-unterrichtsportal.de/downloads/viz/104.mp3>

Ein erstes Kontaktgespräch führen

<http://www.langenscheidt-unterrichtsportal.de/downloads/viz/114.mp3>

Ein Messegespräch führen

<http://www.langenscheidt-unterrichtsportal.de/downloads/viz/124.mp3>

(10. 1. 2011)

2. KOMMUNIKATION

2.1. EINSTIEG

Besprechen Sie die Arten der Kommunikation in der Gruppe. Welche Art gehört zu Ihrem geschäftlichen Alltag?

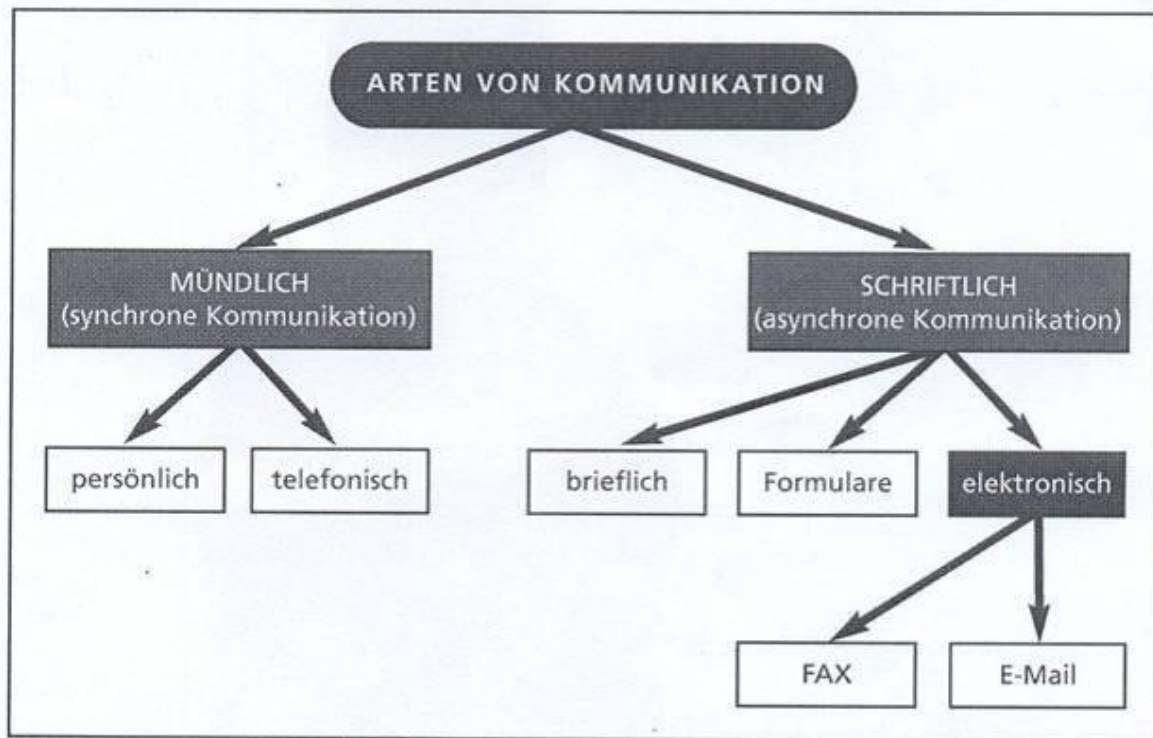


Abb. 24: Arten von Kommunikation

Quelle: www.unternehmerfuehrerschein.at/Downloads/modul%20c/C_Kapitel%206.pdf
(29. 4. 2011)

2.2 ZIMMERRESERVIERUNGEN

2.2.1 Mündlich: telefonisch

SITUATION

In Hannover findet jedes Jahr die internationale CEBIT-Messe statt. Sie sind Janez Petek und möchten mit Ihren Studienkameraden die Messe besuchen. Bevor Sie dorthin fahren, reservieren Sie im Namen Ihrer Studiengruppe (6 Studenten) drei Doppelzimmer zur Messezeit **telefonisch**. Sie sind Student der Medienproduktion an der Fachhochschule ACADEMIA d.o.o. in Maribor, Glavni trg 17b, SI - 2000 Maribor, Telefon: (02) 228 35 35, Fax: (02) 228 35 49, info@academia.si

Auf Facebook finden Sie die Zimmervermittlung unten. Sie rufen sie an und beauftragen sie, für Sie die Buchung durchzuführen.

Hannover Marketing und Tourismus GmbH

Tourist Information

Ernst-August-Platz 8

30159 Hannover

Tel. +49 511 12345-111

Fax +49 511 12345-112

Email: info@hannover-tourismus.de

Ü1) Notieren Sie die Daten unter Punkt 1. und Punkt 3. im Verlauf des Gesprächs.



VERLAUF DES GESPRÄCHS

1. Zuerst wählen Sie die Telefonnummer: _____

2. Sie hören die Meldung:

Stein. Hannover Marketing und Tourismus GmbH.
Was kann ich für Sie tun?

3. Formulieren Sie Ihre Wünsche höflich, indem Sie die Daten aus den Redemitteln nach den folgenden Punkten kombinieren:

- Gruß
- Name
- Identifikation: Firma, Funktion
- Anliegen: Was? Wann? Wie lange? Wie viel?

REDEMITTEL

- a) Hier Janez Petek. Ich brauche zur Zeit der CEBIT-Messe drei Zimmer.
- b) Guten Morgen. Fachhochschule ACADEMIA aus Maribor, Slowenien. Ich möchte fragen, ob Sie in der Zeit der CEBIT-Messe vom 6. bis zum 10. März. drei Doppelzimmer frei haben.
- c) Guten Morgen, Frau Stein. Hier ist Janez Petek. Wir kommen zur CEBIT-Messe. Können Sie uns Zimmer vermitteln.
- d) Hallo, Frau Stein. Hier ist Petek, Student der Fachhochschule ACADEMIA. Sechs Studenten möchten CEBIT-Messe besuchen und wir brauchen drei Doppelzimmer.
- e) Guten Morgen. Sagen Sie bitte: Haben Sie drei Zimmer für drei Nächte frei?

2.2.2 Schriftlich: elektronisch

Ü1) Sie bestätigen Ihr Telefongespräch mit diesem Fax. Tragen Sie die fehlenden Ausdrücke ein.



Absender:

Fax-Nr.: +386 (0) 2 228 35 49
ACADEMIA

Ort, Datum

Maribor, den 25. Februar 20__

Empfänger: Fax-Nr.: +49 511 12345-112
Hannover Marketing und Tourismus GmbH
Tourist Information
Ernst-August-Platz 8
30159 Hannover

Reservierung 3 DZ Du/WC für 06.03. - 010.03. 20__

Betreff

Sehr geehrte Frau Stein,

Anrede

hiermit bestätige ich unser _____ vom heutigen Tag.

Mitteilung

Wir haben drei _____ zum Preis von Euro 47,-

für die Zeit vom 06 bis zum 10.03.20__ _____.

Mit freundlichen Grüßen

Gruß

ACADEMIA

Janez Petek

Unterschrift

Ü2) Bestimmen Sie die Bestandteile der folgenden Zimmerreservierung.



Sportverein Rosenau, Rosenaustr. 54, 13246 Berlin

Eilzustellung

Ferien- und Sportanlage "Waldland"

Frau Riesche

Lorbeersteig 8

27456 Großerlen

Ihre.Zeichen,,Ihre.Nachricht.vom	Unsere.Zeichen,,unsere.Nachricht.vom	Telefon,,Name (030) 9 4347-	Datum
b-r 98-06-01	sp-ro 98-05-25	1 22 Herr Degenhardt	06-06- 20__

Hotelbuchung

Sehr geehrte Frau Riesche,

vielen Dank für das umfangreiche Prospektmaterial. Unser Verein hat sich entschlossen, folgendes Hotel in Ihrer Ferien- und Sportanlage zu buchen:

Hotel Seeblick
für die Zeit vom 10. Juli bis 17. Juli 20__

Bitte reservieren Sie 13 Doppelzimmer mit Halbpension. Die Anreise erfolgt individuell, so dass der von Ihnen angebotene Bustransport nicht benötigt wird. Die Kosten sind mit unserem Verein abzurechnen. Schicken Sie uns bitte in Kürze eine Reservierungsbestätigung.

Mit freundlichen Grüßen

Sportverein Rosenau

Hannes Degenhardt

Aus: <http://www.schulmodell.eu/index.php/informatik/304-brief.html> (30. 4. 2011)

Ü3) Formulieren Sie die Reservierungsbestätigung als Antwort auf die obige Zimmerreservierung nach den Punkten unten.



Lokale Ordner - Thunderbird

Datei Bearbeiten Ansicht Gehe Nachricht Extras Hilfe

Abrufen Verfassen Adressbuch Antworten Allen antworten Weiterleiten Löschen Junk Drucken

Konten

- Lokale Ordner
 - Posteingang
 - Postausgang
 - Entwürfe
 - Gesendet
 - Papierkorb

Von:

An:

Betreff:

Anrede:

Mitteilung:

2.3 BERUFLICHE KORRESPONDENZ

2.3.1 Anfrage

Ü1) Sehen Sie sich die Bestandteile dieser Anfrage an. Übersetzen Sie ihre Bestandteile ins Slowenische.



1. Absender

KLW GmbH

Das moderne EDV- und Marketingunternehmen

Parkweg 4

74360 Ilsfeld

Tel/Fax. +49 07062-915910/1

E-Mail: info@klw.de

2. Ort, Datum

Ilsfeld, den 30. April 20__

3. Empfänger

Widmann- Objektausstatter

Danziger Weg 4/1

88424 Bad Schussenried

Tel/Fax: +49 7583/941 705 0/1

info@widmann.de

Anfrage EDV-Tische

4. Betreff/Betrifft

Sehr geehrte Damen und Herren,

5. Anrede

6. Grund der Anfrage

da wir unser Unternehmen um fünf neue Arbeitsplätze erweitern wollen, brauchen wir ebenso viele komplette Computerarbeitsplätze. Wir wenden uns daher an Sie, da wir von Ihnen schon zuletzt die EDV-Tische zu unserer Zufriedenheit erworben und im Einsatz haben und möchten Sie bitten, uns Informationsmaterial zukommen zu lassen.

7. Bezeichnung der Ware, Liefertermin

Die EDV-Tischsysteme sollten einen Kabelkanal beinhalten und ein seitliches Fach, in dem der Big Tower positioniert werden kann. Wir benötigen sie bis spätestens 20. ____ 20 ____.

8. Bitte um Angebot um Nennung des Preises und der Verkaufsbedingungen

Für die Mitteilung des Preises und Ihrer Verkaufsbedingungen wären wir Ihnen ebenfalls dankbar.

Es würde uns freuen, bald von Ihnen zu hören.

9. Schlussformel

Mit freundlichen Grüßen

10. Gruß

Max Muster

11. Unterschrift

P.s. Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an Frau Muster unter der Telefonnummer +49 07062-915910. .

Nach: <http://www.wissenswertes.at/index.php?id=muster-anfrage> (30. 4. 2011)

Ü2) Übersetzen Sie die Wörter (1. – 8.) ins Deutsche.

Füllen Sie die Lücken in der Anfrage unten mit den übersetzten Wörtern aus.



1. povpraševanje

2. nagovor

3. vaš oglas

4. se zanimamo

5. prodajna ponudba

6. s cenikom

7. vaše dobavne in prodajne pogoje

8. za vaš trud

Peter Horvat
MAGNA
Prešernova 22
1000 Ljubljana

Ljubljana, den 15. ____ 20____

ADR - Advanced Digital Research, AG

Ludwig-Wagner-Str. 19
D-80469 München

_____ (1)

_____, (2)

wir haben _____ (3) in der BILD-Zeitung gefunden.

Wir _____ (4) für verschiedenes Verbrauchsmaterial für Kopierer,
das Sie in Ihrem _____ (5) haben.

Wir bitten Sie, uns den neuesten Katalog _____ (6) zuzuschicken.

Bitte teilen Sie uns auch _____, _____ (7) mit.

Vielen Dank _____ (8).

Mit freundlichen Grüßen

Peter Horvat

Quelle: Eigene

Ü3) Formulieren Sie diese Anfrage. HILFE. Textbausteine



Sie sind Direktor der Medienagentur MAG d.o.o, Žitna ulica 10, Maribor. Sie möchten zu Ihrem 10-jährigen Firmenjubiläum Ihre drei langjährigen erfolgreichen Mitarbeiter mit dem neuen weißen iPhone 4 von Apple beschenken. Sie schreiben an den Apple-Händler, Digitalis EDV- & IT-Dienstleistungen GmbH, Murgasse 14, 8010 Graz und bitten Sie, Ihnen ein Angebot zu erstellen.

Textbausteine einer Anfrage

Einleitung: - Wir haben Ihre Anzeige in ... gelesen und interessieren uns für Ihre... -Wir danken Ihre Adresse der bayerischen Industrie- und Handelskammer... - Auf Empfehlung unseres Geschäftspartners wenden wir uns auf Sie. - Wir besuchten letzte Woche Ihren Stand auf der Cebit-Messe und sind an Ihren ... interessiert. - Durch Ihre Anzeige in der Fachzeitschrift sind wir auf Ihr Unternehmen/Produkt aufmerksam geworden.	Anfrage des Bedarfs: Unser voraussichtlicher wöchentlicher Bedarf liegt bei ... Stück. Wir rechnen mit einem Bedarf von ... Stück in einem Zeitraum von ...
Vorstellung des eigenen Unternehmens / Referenzen: -Wir sind ein mittelständisches Unternehmen. -Als Referenzen können wir folgende Firmen nennen. -Wenn Sie sich näher über uns informieren wollen, wenden Sie sich an die slowenische Wirtschaftskammer.	Qualitätsanforderungen: Wir legen großen Wert auf einwandfreie Qualität und prompte Lieferung.
Hintergrund der Anfrage: -Da wir unser Unternehmen um ... neue Arbeitsplätze erweitern wollen, brauchen wir... - Bis Ende Mai benötigen wir folgende Produkte.	Preise/Sonderkonditionen: -Für die Mitteilung des Preises und Ihrer Verkaufsbedingungen wären wir Ihnen ebenfalls dankbar. -Bitte senden Sie uns Ihre neueste Preisliste. - Zu welchen Konditionen können Sie uns beliefern? -Unter welchen Bedingungen gewähren Sie uns einen Rabatt?
-Gegenstand der Anfrage: -Wir bitten Sie um ein Angebot über ... - Bitte erstellen Sie uns ein Angebot für ... mit genauen Angaben zu den ... - Wir sind an Ihrem Produkt interessiert und bitten um ein Angebot über ...	Liefer- und Zahlungsbedingungen: -Geben Sie uns bitte Ihre Lieferzeit, Gewährleistungen und Zahlungsbedingungen an. - Bitte nennen Sie uns Ihre Liefer- und Zahlungsbedingungen.

	-Wir brauchen die Ware sofort. -Wir brauchen die Ware spätestens bis zum 3. Mai.
Bitte um Muster/Katalog:	Schlussformulierungen:
- Bitte senden Sie uns Ihren Produktkatalog / einen Prospekt über ... - Für ausführliche Informationen / die Zusendung Ihres neuesten Katalogs wären wir Ihnen dankbar.	- Es würde uns freuen, bald von Ihnen zu hören. - Wenn die Qualität der Ware unseren Erwartungen entspricht, können Sie mit laufenden Aufträgen rechnen. - Wir freuen uns auf Ihre baldige Antwort. - Für Ihre Bemühungen danken wir Ihnen im Voraus.

2.3.2 Angebot

Ü1) Tragen Sie fehlende Daten ein.



Bürohaus Schick
 Lindenstraße 9 -11
 49074 Osnabrück

_____, 27. 4. 20__

Ihr Zeichen

Ihre Nachricht vom 25. 4. 20__

Unser Zeichen:

Bearbeitet: Frau Elke Sommer

Telefon: (0641) 8 95 46 -58

Telefax: (0641) 8 95 46 -59

E-Mail: info@büroschick.de

Design-Büro DEB
 Frau Klein
 Bachstraße 140
 49034 Osnabrück

Angebot

Sehr geehrte Damen und Herren,/ Sehr geehrter Herr _____/ Sehr geehrte Frau _____,

vielen Dank für Ihre telefonische Anfrage vom 20. April 20__ . Gern machen wir Ihnen folgendes _____ für die Lieferung dieses multifunktionalen Gerätes:

1 Xerox Phaser 3635MFP/X	1.528,00 EUR
Monochrom - Laser - Faxgerät/Kopierer/Drucker/Scanner, max. Format: Legal (216 x 356 mm) - USB-Host, Ethernet 10 Base-T	

Zzgl 15% MwSt.	229,20 EUR
----------------	-------------------

1.757,20 EUR

Dieses Angebot gilt bis zum 30. Juni 20___. Die _____ kann jederzeit frei Haus erfolgen. Auf das Gerät geben wir zwei Jahre Garantie. Bei einer _____ innerhalb von 10 Tagen gewähren wir 2% Skonto. Ansonsten ist das Zahlungsziel 30 Tage nach Lieferung.

Wie bereits am Telefon angedeutet, bieten wir auch günstige Konditionen für Wartungsverträge. Schon ab einer monatlichen Pauschale von 10 Euro können Sie von der Komplettbetreuung durch unseren Kundendienst profitieren.

Wenn Ihnen unser Angebot zusagt, dann würden wir uns über Ihren Auftrag freuen. Natürlich beantworten wir gerne weitere _____ oder stellen Ihnen Alternativen vor.

Ich bedanke mich nochmals für Ihr Interesse.

Mit den besten Grüßen

Bürohaus Schick

Elke Semmer

Nach: <http://www.ellviva.de/Job-Finanzen/Geschaeftsbriefe-Angebot.html> (25.4.2011)

Ü2) Üben Sie die Formulierungen. Verbinden Sie richtig.



1. Der Kaufpreis ist innerhalb 2 Wochen ohne Abzug fällig.	a) Wir bieten Ihnen an wie folgt:
2. Unsere Preise gelten ab Werk.	b) Wir danken Ihnen für Ihre Anfrage.
3. Vielen Dank für Ihr Schreiben.	c) Lieferzeit: ca. 2 Monate nach Auftragseingang.
4. Das Angebot ist unverbindlich.	d) Die Preise verstehen sich fco Werk.
5. Wir liefern gegen Vorauszahlung.	e) Wir halten unser Angebot bis Jahresende offen.
6. Wir bedanken uns für Ihr Interesse.	f) Zahlung binnen 14 Tagen netto.
7. Unser Angebot gilt bis Ende des Jahres.	g) Wir würden uns freuen, wenn unser Angebot für Sie von Interesse wäre.
8. Wunschgemäß bieten wir Ihnen an:	h) Unser Angebot ist freibleibend.
9. Die Lieferzeit beträgt 8 Wochen.	i) Lieferung der Ware gegen Vorkasse.

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.

Ü3) Lösen Sie noch folgende interaktive Übung: Kreuzworträtsel zum Thema
<http://www.dlc.fi/~michi/uebungen/anfrage.htm> (5. 1.2011)



Ü4) Was bedeuten die einzelnen Incoterms. Ordnen Sie sie den Beschreibungen zu.



- a) **FOB** Free on bord/ Frei an Bord
- b) **CFR** Cost and freight/Kosten und Fracht
- c) **CIF** Cost, insurance and freight/Kosten, Versicherung und Fracht
- d) **EXW** Ex works/ab Werk

Die Incoterms (International Commercial Terms)

1. _____
Der Verkäufer trägt alle Kosten einschließlich der Versicherung bis zu dem vom Kunden benannten Bestimmungsort/-hafen)
2. _____
Der Verkäufer stellt dem Kunden die Ware auf seinem Gelände (Werk, Lager ...) zur Verfügung. Der Kunde trägt alle Kosten für die Fracht und Versicherung.
3. _____
Der Verkäufer trägt alle Kosten ausschließlich der Versicherung bis zu dem vom Kunden erwünschten Bestimmungsort/-hafen.
4. _____
Der Verkäufer trägt alle Kosten, bis die Ware an Bord des Schiffes bzw. Flugzeugs geladen wird.

Ü5) Formulieren Sie dieses Angebot.



EXPERT GmbH, Industriestraße 12, 34123 Kassel stellt der Firma MULTIMEDIA, Sandstraße 12, 57076 Siegen, ein Angebot für 4 Macbook Pro – Notebook, 15", 1.749 € pro Stück, inklusiv Mehrwertsteuer aus. Lieferung: frei Haus. Zahlung: 30 Tage nach dem Auftragseingang, innerhalb von 14 Tagen 2% Skonto. Auf alle Hardware-Komponenten: 1 Jahr Garantie.

2.3.3 Bestellung

Ü1) Formulieren Sie diese Bestellung laut dem Angebot unter 2.4.2 Ü1).



Absender

Ort, Datum

Empfänger

Bestellung

Sehr geehrte _____

wir danken Ihnen für Ihr Angebot vom _____

Dank für das Angebot

Wir bestellen:

Bestellung/Auftrag

<u>Art.-Nr.</u>	<u>Bezeichnung</u>	<u>Menge</u>	<u>Stückpreis</u>	<u>Bezeichnung</u>
-----------------	--------------------	--------------	-------------------	--------------------

zuzüglich 15 % MwSt.
Gesamtwert

Preis: Die Preise verstehen sich ausschließlich MwSt., einschließlich Verpackung.

Zahlungsbedingungen: 30 Tage netto, bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen Skonto von 2%.

Lieferbedingungen: Lieferung ab Werk, Lieferzeit 2 Wochen nach Auftragseingang

Wir bitten um umgehende Auftragsbestätigung.

Bitte um Auftragsbestätigung

Wir hoffen auf baldige Antwort.

Mit freundlichen Grüßen

Agnes Reitmeier

Quelle: Eigene

Ü2) Verbinden Sie die Satzteile sinngemäß.

1. Wir würden uns freuen,...
 2. Wir werden Ihre Anweisungen
 3. Wir können innerhalb von einem Monat
 4. Wir hoffen, dass unsere Geschäftsbeziehungen
 5. Wir werden Ihre Bestellung
- a) genau beachten.
 - b) wie folgt ausführen:
 - c) die gute Zusammenarbeit mit Ihnen in den kommenden Jahren fortzusetzen.
 - d) auch in der Zukunft erfolgreich sein werden.
 - e) die Lieferung ausführen.

1.	2.	3.	4.	5.

Ü3) Setzen Sie die Wörter aus dem Kästchen richtig ein.

<i>Leider</i>	<i>Auftrag</i>	<i>ausführen</i>	<i>Preisliste</i>	<i>Lieferanten</i>	<i>erhöhen</i>
<i>Verständnis</i>	<i>Aufgrund</i>	<i>bestätigen</i>	<i>bisherigen</i>		

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für Ihren [1]. [2] können wir Ihren Auftrag nicht zu [3]
Preisen [4]. [5] von Preiserhöhungen unserer [6] mussten wir
unsere Preise leicht [7]. Wir hoffen auf Ihr [8] und senden Ihnen unsere
neue [9] zu.

Wir würden uns freuen, wenn Sie Ihren Auftrag zu den neuen Preisen [10] würden.

Mit freundlichen Grüßen

2.3.4 Auftragsbestätigung

Ü1) Übersetzen Sie die Bestandteile der Auftragsbestätigung.



Ihre Bestellung vom 20. Dezember 20__

Betreffzeile: Datum der Bestellung

Sehr geehrter Herr/Frau _____,

Anrede

wir bedanken uns für Ihren Auftrag vom 20. ____ 20__
für ...

**Dank für die Bestellung
Bezeichnung der Ware**

Die Ware wird spätestens bis zum 15. Januar 20__ franco
slowenische Grenze geliefert.

Liefertermin

Gleichzeitig erbitten wir Sie, nach Erhalt dieser
Auftragsbestätigung ein unwiderrufliches Akkreditiv zu
unseren Gunsten bei der Kreditanstalt München zu eröffnen.

Zahlungsform

Der Versand erfolgt mit Spedition Intertrans.

Versand

Wir garantieren Ihnen, dass Sie auch diesmal mit unserer
Lieferung zufrieden werden.

Schlussformel

Mit freundlichen Grüßen

Gruß

Quelle: Eigene

Ü2) Übersetzen Sie die Textbauteile in beiden Spalten.



	<i>Potrditev prejema naročila</i>
Wir bestätigen Ihren Auftrag vom ... Wir haben uns sehr über Ihre Bestellung (Bestellnummer 27690) gefreut.	
	<i>Sporočilo o dobavi</i>
Die Sendung geht am ... an Sie ab. Wir benachrichtigen Sie, sobald die Sendung versandbereit ist.	

Wir werden Ihren Auftrag mit größter Sorgfalt ausführen.	
	<i>Izjava o nadaljnem sodelovanju</i>
Wir hoffen, dass dieser Auftrag zu weiterer Geschäftsverbindung führen wird.	

2.3.5 Reklamation

Ü1) Setzen Sie die Wörter aus dem Kästchen richtig ein.



Rabatt, Eintreffen, Vereinbarung, mitteilen, mangelhaft, zerkratzt

Sehr geehrte Frau Schmidt,

wir bestätigen das _____ unserer Bestellung Nr. 105 vom 20. 4. 20__.

Leider müssen wir Ihnen _____, dass die Ware bei uns im schlechten Zustand eingetroffen ist. Die Verpackung ist so _____, dass die Oberflächen einiger DVDs teilweise stark _____ sind.

Außerdem haben Sie uns nicht den vereinbarten _____ von 10 % berechnet. Wir möchten Sie bitten, eine neue Rechnung entsprechend der _____ auszustellen.

Mit freundlichen Grüßen

Ü2) Übersetzen Sie die Reklamation (mangelhafte Installation).



Sehr geehrte Herren,

vor einer Woche haben Sie eine Klimaanlage in unserem Unternehmen installiert. Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass der Auftrag nicht zu unserer Zufriedenheit ausgeführt wurde. Die automatische Temperaturregelung scheint nicht zufriedenstellend zu funktionieren.

Wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie uns möglichst schnell Ihren Kundendienst schicken um die Einstellungen zu überprüfen.

Mit freundlichen Grüßen

Ü3) Formulieren Sie diese Reklamation.
HILFE: Textbausteine



Das slowenische Privatunternehmen HI-FI d.o. o, Slovenska Bistrica, schreibt an die deutsche Firma MDS AG, Duisburg, dass sie am 12. 4.20__ 30 Kartons mit ihren medialen Verbrauchsmaterialien erhalten hat. Der Auftrag vom 20. 03. 20__ lautete aber auf 40 Kartons. Die Firma ließ sich die Minderlieferung vom Spediteur bestätigen. HI-FI bittet um eine neue Rechnung.

Textbausteine

Einleitung	Forderungen
Wir müssen Ihnen leider mitteilen, dass Ihre letzte Sendung nicht zu unserer Zufriedenheit ausgefallen ist.	-Bitte senden Sie uns so bald wie möglich Ersatz für die beschädigten Waren. -Wir behalten uns das Recht vor, Ersatz für den uns entstandenen Schaden zu fordern. -Wir stellen Ihnen die mangelhafte Ware zur Verfügung und erwarten eine Ersatzlieferung. - Wir bitten Sie eine neue Rechnung auszustellen. / zu erstellen.
Reklamationsgründe	Schluss
-Ein Teil der Waren ist beim Transport beschädigt worden. -Bei der Prüfung der Sendung stellten wir fest, dass ... fehlt/fehlen.	-Die Angelegenheit hat uns große Unannehmlichkeiten bereitet. -Wir erwarten, dass Sie unsere Aufträge künftig mit größerer Sorgfalt ausführen werden.

Ü4) Übersetzen Sie die Reklamation (Qualität der Ware) ins Deutsche.



Spoštovani, na žalost vam moramo sporočiti, da s pošiljko nismo zadovoljni. Kvaliteta blaga, ki ste nam ga poslali, ne ustreza navedbam vaše ponudbe. Izrecno smo zahtevali 1. kvaliteto, vi pa ste nam poslali 2. kvaliteto. Blago vam dajemo na razpolago.

3. ABSCHLUSS DES 4. KAPITELS

Überprüfen Sie Ihr Wissen.

Test 4

Ü1) Beschreiben Sie Ihrem deutschsprachigen Geschäftspartner eine slowenische Multimedia-Show.

Vorschlag: HI-FI Show 2010

<http://www.hifijournal.si/2010/dogodki/multimedia-hifi-show-%E2%80%93-ljubljana-2010/> (2. 5. 2011)



Ü2) Formulieren Sie die Zimmerreservierung für Sie und Ihren Begleiter im Hotel-Annex in Salzburg. Beachten Sie die angegebenen Daten unten.



Adresse des Empfängers

Hotel-Annex

Kaiserschützenstraße 6,

5020 Salzburg

Daten:

- Betreff: ein Doppelzimmer, das erste Augustwochenende,
- Bezug auf die Anzeige in » Schnell-Reiseführer Österreich«
- Ihr Interesse für: Angebotspaket: Verwöhn-Wochenende zu zweit.
- genauer Termin: Anreise ... – Abreise: Sonntag nach dem Mittagessen
- besonderer Wunsch: Verwöhn-Menü am Samstagabend.
- Bitte: um Rückmeldung

Ü3) Suchen Sie die Sätze heraus, die eine ähnliche Bedeutung haben. Tragen Sie entsprechende Buchstaben in die Tabelle unten ein.



1. Unser Unternehmen ist im Bereich Medien tätig.
2. Wir sind erfahren in diesem Bereich.
3. Wir möchten mit Firmen in Verbindung treten, die Bedarf an unseren Leistungen haben.

4. Bitte teilen Sie uns die Namen und Adressen entsprechender Firmen mit.
5. Wir suchen Kooperation mit Partnern, die unsere Leistungen benötigen.
6. Um Ihnen einen Überblick über unsere Leistungen zu geben, ...
7. Wir danken Ihnen für Ihre Bemühungen.

- a) Wir suchen die Zusammenarbeit mit Firmen, die Interesse an unseren Leistungen haben.
- b) Bitte nennen Sie uns Namen und Adressen möglicher Ansprechpartner.
- c) Wir sind auf dem Gebiet Medien spezialisiert.
- d) Wir suchen Kontakt mit Firmen, die sich für unsere Leistungen interessieren.
- e) Wir verfügen über große Erfahrung auf diesem Gebiet.
- f) Vielen Dank für Ihre Bemühungen.
- g) Damit Sie einen Überblick über unsere Leistungen gewinnen können, ...

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.

**Ü4) Schreiben Sie eine Anfrage nach den Stichpunkten unten.
Ihre (Eine fiktive) Firma braucht einige neue Geräte.**



Empfänger:

ADR AG

Advanced Digital Research

Ludwig-Wagner-Str. 19

D-80469 München

Stichpunkte:

- Nennen Sie die Herkunft Ihrer Anfrage.
- Teilen Sie mit, wer Sie sind und warum Sie anfragen.
- Bitten Sie um Kataloge sowie Angaben über Lieferzeiten, Zahlungs- und Lieferbedingungen.
- Weisen Sie auch auf mögliche Geschäfte in der Zukunft hin.

Ü5) Führen Sie dieses Telefongespräch laut der Situation unten.



Situation:

Die Sache ist sehr eilig. Ihr Chef braucht noch im Laufe dieser Woche das Angebot für die neuen weißen iPhones 4 von Apple. Sie rufen den Apple-Händler, Digitalis EDV- & IT-Dienstleistungen GmbH, Murgasse 14, 8010 Graz, Tel: 0316/34 85 40-0. (Sieh 2.4.1 Anfrage/Ü3)

**Ü6) Präsentieren Sie eine Messewerbung / Ihr Unternehmen auf einer Messe
/ Ihren Messestand/ einen Dialog am Messestand.**



ZUSAMMENFASSUNG

Hauptthema des vierten Kapitels ist **Kommunikation**, die in der Berufswelt von großer Bedeutung ist.

Messebesuche spielen eine große Rolle dabei, deshalb muss man die gründlich planen und vorbereiten. Wie man Kontakte im deutschsprachigen Raum knüpft, was man alles beachten muss, wird mündlich und schriftlich geübt und überprüft, was dem Prüfungsbeispiel zu entnehmen ist.

Da Slowenien ein Mitgliedstaat der EU ist und die Grenzen offen sind, ist es wichtig, private und offizielle **Korrespondenz** gut führen zu können. Darum ist es noch wichtiger, eine Anfrage, ein Angebot, eine Bestellung, eine Auftragsbestätigung oder eine Reklamation gut zu verstehen und sie nach Mustern verfassen zu können. Die Fachbegriffe werden mit Textmustern und Textübungen gefestigt und auch geprüft.

KAPITEL 5

„Wissen – Rohstoff des 21. Jahrhunderts.“

Redensart

Am Ende dieses Kapitels werden Sie in der Lage sein:

- die Informationsgesellschaft zu charakterisieren,
- über Informationsmanagement zu sprechen,
- den Begriff Multimedia zu definieren,
- Fachausdrücke aus der Computerwelt anzuwenden,
- den Begriff Internet zu erklären,
- über Internetdienste zu sprechen,
- sich zur Online-Zukunft zu äußern.

So werden Sie befähigt sein, die Fachausdrücke in den Kommunikationsaufgaben zu bewältigen.

1. INFORMATIONSGESELLSCHAFT

1.1 EINSTIEG

Kommentieren Sie die Wissenspyramide und den Spruch:
»Das Wissen ist das Kind der Erfahrung.« (Leonardo da Vinci)

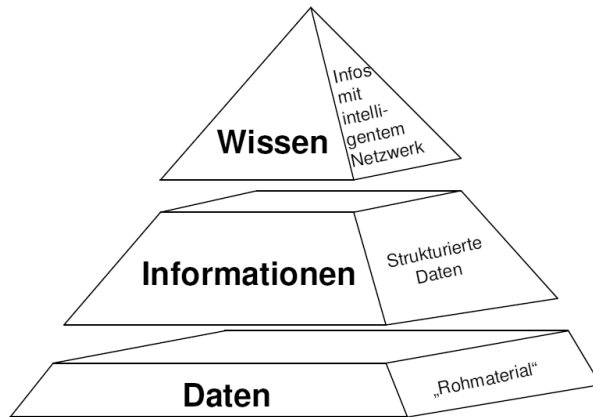


Abb. 25: Wissenspyramide

<http://www.switch24.info/200/informatik-beitraege/76-wissenspyramide.html>

(25. 4. 2011)

1.2 BEGRIFF

Der Begriff **Informationsgesellschaft** bezeichnet eine auf Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) basierende Gesellschaft.

Mit Informationsgesellschaft wird eine Phase in der Entwicklung einer Gesellschaft verstanden, in der immer mehr Menschen mit der Schaffung, Verteilung und Bewertung von Informationen beschäftigt sind und in "Informationsberufen" arbeiten. Das sind Berufe, bei denen 75 Prozent und mehr der Tätigkeiten auf das Speichern und/oder auf die Aufbereitung, Wiedergewinnung, Verknüpfung und Auswertung von Informationen entfallen.

Das starke Wachstum der Informationsberufe setzte in Deutschland erst nach dem Zweiten Weltkrieg ein. Inzwischen ist etwa die Hälfte der Beschäftigten in Informationsberufen tätig. Im Vordergrund stehen Produktion und Nutzung von Informationen. Dabei ist inzwischen jede Art von Information zu einem elektronisch speicherfähigen und damit weltweit viel besser handelbaren Gut geworden. Das Wirtschaftswachstum ist heute mehr und mehr wissensbasiert.

Nach Auffassung mancher Soziologen verschiebt sich durch die Informationsgesellschaft nicht nur die Wirtschaftsstruktur von der industriellen Fertigung hin zur Wissensproduktion, sondern sie begründet auch eine neue Kultur, in der die Geschwindigkeit bestimmend wird (abnehmende Halbwertszeit der Informationen). Diese Kultur beruht auf einem ständigen Fluss an Informationen, die über Maschinen verbreitet werden. Sie besteht aus einem Netzwerk mit einer Vielzahl von Verbindungsknoten, die Informationen übertragen. Ein solches modernes Netzwerk ist zum Beispiel das Internet.

Der Mensch wird in dieser Gesellschaft vor allem durch Systeme und Netzwerke geprägt und immer weniger durch die persönliche Erfahrung. Befürchtet wird, dass persönliche soziale Netze durch versachlichte Informationsnetze abgelöst werden. Mobilität und Flexibilität gehören zu ihren Merkmalen, das ist Chance und Risiko zugleich. Dafür werden

Informationen und Wissen aber auch mehr als sonst demokratisiert, d.h. für immer mehr Menschen verfügbar. Voraussetzung hierfür ist allerdings eine flächendeckende Versorgung mit Endgeräten sowie die Beherrschung des Umgangs mit den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien; ansonsten kann die Gefahr einer neuen Spaltung der Gesellschaft entstehen.

Nach: <http://www.insm.de/insm/Wissen/Lexikon/i/Informationsgesellschaft.html>
(23. 4. 2011)

Ü1) Suchen Sie im Text Antworten auf die Fragen.



1. Was ist eine Informationsgesellschaft?
2. Was macht der Mensch in dieser Gesellschaft?
3. Wie viele Menschen arbeiten in Deutschland in Informationsberufen?
4. Was sind die Informationen geworden?
5. Was sind die Folgen der Informationsgesellschaft?
6. Wodurch wird der Mensch in dieser Gesellschaft geprägt?
7. Was heißt das, dass Informationen und Wissen demokratisiert werden?
8. Was ist die Voraussetzung für die Demokratisierung des Informations- und Wissensgutes?

Ü2) Ergänzen Sie die Tabelle mit den Wörtern aus dem Text.



entwickeln	<i>die Entwicklung</i>
schaffen	
verteilen	
bewerten	
aufbereiten	
wiedergewinnen	
verknüpfen	
auswerten	
wachsen	
informieren	
fertigen	
verbinden	
wissen	
versorgen	
umgehen	

2 INFORMATIONSMANAGEMENT

2.1 EINSTIEG

Wie wird die Rolle der IT / IKT in der Zukunft sein? Diskutieren Sie darüber in der Gruppe.



Abb.26: Zukunftstrends

Quelle:

<http://www.scopar.de/download/scopar-zukunftsstudie-2011.pdf> (25. 4. 2011)

2.2 BEGRIFF

Informationsmanagement heißt, dass in einer Organisation (z.B. Unternehmen) alle internen und externen Informationsangebote und -flüsse geregelt werden. Informationsquellen müssen analysiert, aufbereitet, gesteuert und an allen relevanten Stellen zur Verfügung gestellt werden. Nachdem in den USA 1968 erstmals öffentlich zugängliche Informationsspeicher (Online-Datenbanken) zur Verfügung standen, hat man in Deutschland 1974 damit begonnen, wissenschaftlich-technische Informationen sowie Wirtschaftsinformationen elektronisch aufzubereiten.

1985 registrierte man weltweit über 6.000 Online-Datenbanken, die mit Hilfe des PCs über Datennetze wie z.B. das Telefonnetz abgefragt werden konnten. Die Unternehmen waren damit in der Lage, die ständig steigende Informationsflut besser zu beherrschen. Dadurch wurden Informationen zunehmend als Produktionsfaktor anerkannt. Bei konsequenter Nutzung elektronischer Fachinformationen können Unternehmen und Forschungseinrichtungen ihre Entwicklungszeiten produktiver gestalten. So werden z.B. durch die strategische Nutzung von Patentinformationen teure Doppelentwicklungen und Fehlentscheidungen vermieden.

Die frühzeitige Kenntnis über Veränderungen der Märkte und Informationen über Wettbewerber hilft notwendige eigene Entwicklungsmaßnahmen richtig zu steuern und zu forcieren. Das Informationsmanagement beherrscht die ständig steigenden Informationsmengen, schafft Transparenz, besorgt und verteilt gezielt die richtigen Informationen.

Informationen aus z.B. Online-Datenbanken kann man sich einmal über externe Vermittler besorgen, die sich in den entsprechenden Quellen und Inhalten auskennen. Zunehmend gehen die Unternehmen aber auch dazu über, interne Informationsvermittlungsstellen aufzubauen und darüber den Informationsbedarf zu analysieren, die Information zu beschaffen, aufzubereiten und wieder zur Verfügung zu stellen.

Durch das Internet ist das Informationsmanagement noch mehr gefordert, die exponentiell gestiegene Informationsflut sinnvoll zu beherrschen. Wenn das Internet mehr Transparenz und Übersichtlichkeit bietet, verlagert sich das Informationsmanagement von zentralen Stellen hin zum einzelnen Mitarbeiter. Er wird zum eigenen Informationsmanager.

Information hat aber nur dann für ein Unternehmen einen Mehrwert, wenn man sie in nutzbares Wissen als Entscheidungsgrundlage für unternehmerische Prozesse umsetzt. Heute ist ein ganzheitliches Informationsmanagement durch das Thema Wissensmanagement gekennzeichnet. Wissensmanagement heißt, die Erkenntnisse und Erfahrungen der Mitarbeiter als äußerst wertvolles Potenzial in den Unternehmen anzusehen und allen relevanten Stellen zur Verfügung zu stellen.(TE)

Nach: <http://www.insm.de/insm/Wissen/Lexikon/i/Informationsmanagement.html>
(25. 4. 2011)

Ü1) Suchen Sie im Text Antworten auf die Fragen.



1. Was versteht man unter Informationsmanagement?
2. Wie müssen die Informationsquellen bearbeitet werden?
3. Was bringt konsequente Nutzung elektronischer Fachinformationen? Zitieren Sie das Beispiel.
4. Auf welchem Gebieten sind aktuelle Informationen noch von großer Wichtigkeit?
5. Woher kann man sich Informationen besorgen?
6. Was fordert das Internet von dem Informationsmanagement?
7. Wann bekommt eine Information ihren Mehrwert?
8. Was heißt Wissensmanagement?

Ü2) Übersetzen Sie die Sätze ins Slowenische. Achten Sie auf die unterstrichenen Redewendungen.



1. Informationsquellen müssen analysiert, aufbereitet, gesteuert und an allen relevanten Stellen zur Verfügung gestellt werden.
2. In den USA standen 1968 erstmals öffentlich zugängliche Informationsspeicher (Online-Datenbanken) zur Verfügung.
3. Die Unternehmen waren damit in der Lage, die ständig steigende Informationsflut besser zu beherrschen.
4. Das Informationsmanagement beherrscht die ständig steigenden Informationsmengen, schafft Transparenz, besorgt und verteilt gezielt die richtigen Informationen.
5. Wenn das Internet mehr Transparenz und Übersichtlichkeit bietet, verlagert sich das Informationsmanagement von zentralen Stellen hin zum einzelnen Mitarbeiter.

3 MULTIMEDIA

3.1 EINSTIEG

Sammeln Sie Assoziationen zum SCHEMA.

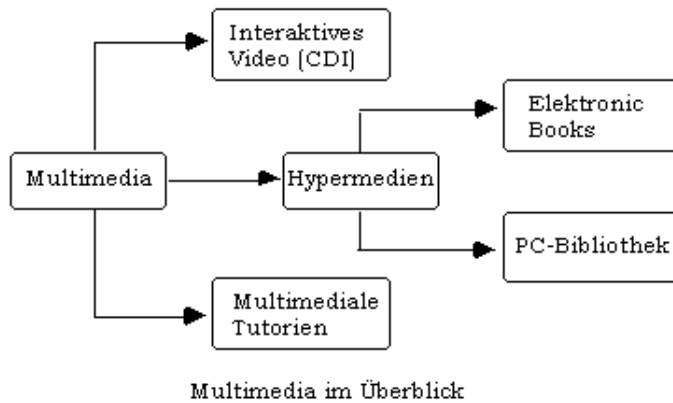


Abb. 27: Multimedia
Quelle: <http://www.internet-verstehen.de/einleitmulti.htm>
(12. 1. 2011)

3.2 BEGRIFF

Multimedia zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass jeder etwas Anderes darunter versteht.

A) Ein Definitionsversuch von Ralf Steinmetz (TU, Darmstadt) lautet:

"Multimedia ist die rechnergesteuerte, integrierte Erzeugung, Darstellung, Speicherung und Kommunikation von unabhängigen Informationen, die in mindestens einem diskreten und einem kontinuierlichen Medium vorliegen".

Demnach haben multimediale Anwendungen also die drei folgenden grundlegenden Eigenschaften:

- Der Begriff Multimedia steht in unmittelbarem Zusammenhang mit Computern ("rechnergesteuert").
- Bei multimedialen Anwendungen findet Interaktion zwischen System und Benutzer statt ("Kommunikation").
- Bei Multimedia geht es um die Kombination verschiedener Medientypen ("diskrete und kontinuierliche Medien.").

Kurz gesagt geht es bei Multimedia also darum, verschiedene mehr oder weniger interaktive Medientypen zu kombinieren. Dabei unterscheidet Steinmetz diskrete und kontinuierliche Medien.

- Unter diskreten Medien versteht Steinmetz dabei statische Medientypen wie Text und Grafik, die unabhängig von der Zeit sind.
- Im Gegensatz dazu sind die kontinuierlichen Medien wie Animationen, Video oder Audio zeitabhängig, das heißt sie verändern sich dynamisch mit der Zeit.

Nach: <http://www-is.informatik.uni-oldenburg.de/~dibo/teaching/sem/Ausarbeitungen/lucks/node4.html> (8. 4. 2011)

B)

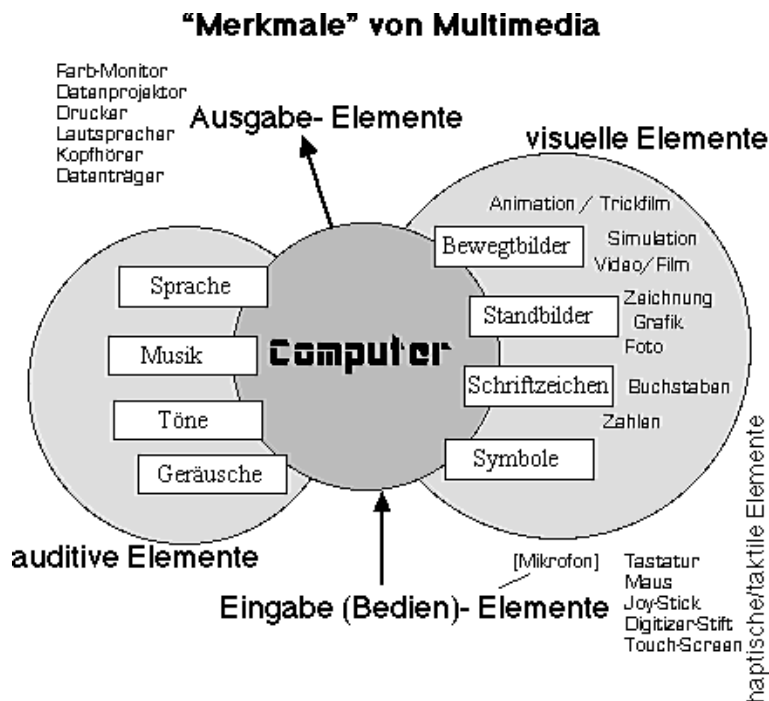


Abb. 28: Merkmale von Multimedia

Quelle: <http://www.internet-verstehen.de/einleitmulti.htm> (12. 1. 2011)

Ü1) Was ist Ihre Definition von Multimedia? Äußern Sie sich zum Thema. Helfen Sie sich mit der Aussage von Steinmetz und mit der Grafik.



INFO

Der Computer als verbindendes Medium kombiniert somit visuelle und auditive Elemente. Es wird die zentrale Rolle des Computers deutlich. In dieser Grafik oben fehlen aber Ein- und Ausgabe-Elemente wie Scanner, Netzwerksysteme, digitale Film- und Fotokamera, Datenhandschuh- die Fernseh- und Radiokanäle, Keyboard/Synthesizer und dem "MindDrive" auf der Eingabeseite sowie Netzwerksysteme, Datenhelm/-brille und Keyboard/Synthesizer auf der Ausgabeseite.

3.3 KENNZEICHEN FÜR MULTIMEDIA

- ☐ Computer und entsprechende Peripheriegeräte dienen als Präsentationsform,
- ☐ Integration sowie Kombination zeitun- und zeitabhängigen Medienformen,
- ☐ Interaktivität der Anwendung,
- ☐ auditive und /oder visuelle Perzeptionsformen,
- ☐ Digitalisierung als Grundvoraussetzung der Repräsentation,
- ☐ Speicherung auf einem gemeinsamen Medium.

Ü1) Übersetzen Sie die Kennzeichen für Multimedia.



4. COMPUTER

4.1 EINSTIEG

Denken Sie über der Computer-Zukunft nach.
Diskutieren Sie darüber in der Gruppe.



Anregung: VIDEO <http://www.youtube.com/watch?v=QGzmk5Fs5Es> (21. 4. 2011)

4.2 BESTANDTEILE

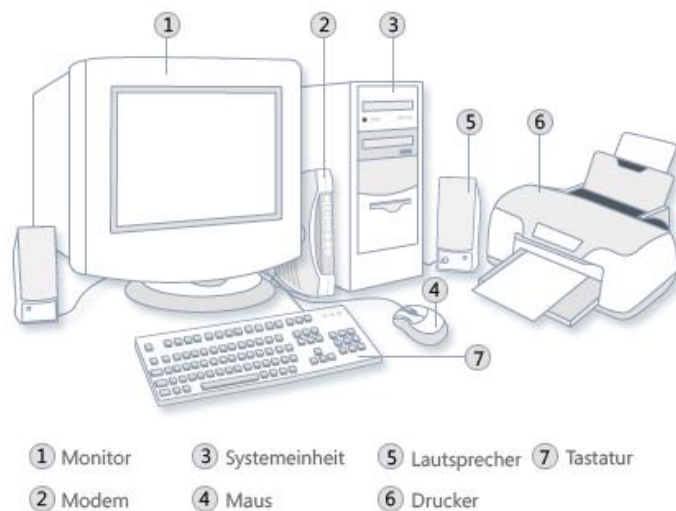


Abb.29: Computer-Bestandteile

Quelle: <http://windows.microsoft.com/de-DE/windows-vista/Parts-of-a-computer> (21. 4. 2011)

Die "**Grundkonfiguration**" für PCs (= Minimalzusammenstellung) besteht aus:

Zentral/Systemeinheit (Tisch-, "Mini-Tower" oder "Tower"-Gerät, in dem die eigentliche Datenverarbeitung erfolgt) und den beiden Peripheriegeräten **Tastatur** (Eingabegerät für Buchstaben und Zahlen) und **Bildschirm** (Ausgabegerät).

Weitere "Peripherie"-Geräte seien in der Folge aufgelistet ("Peripherie", weil **um die Zentraleinheit herum** angeordnet).

"**Eingabegeräte**" (dienen der Eingabe = von Mensch zu PC):

Maus (Eingabegerät für graphische Benutzeroberflächen wie Windows),

Grafiktablett (Übertragung von grafischen Elementen in Computer),

Scanner (Lesegerät, das Text, Graphiken u.ä. in den Computer überträgt),

Lichtstift (Lesegerät, das z.B. Artikeldaten aus einem Strichcode liest und in eine Datenbank überträgt),

Digitale Kamera (Webcam etc.),

Joystick (Gerät zur Spielsteuerung) etc.

"**Ausgabegeräte**" (geben Informationen von PC an Mensch):

Drucker (Laser-, Tintenstrahl-, Nadel- und Typenraddrucker)

Eine **Sonderstellung** nehmen folgende Peripheriegeräte ein:

Sound-Ausstattung (Lautsprecher, Mikrofon),
externes Modem.

Die Verbindung zwischen Zentraleinheit und den Peripherie-Geräten erfolgt über Kabel, die an sog. "**Schnittstellen**" (engl. "ports" oder "interfaces") angeschlossen werden.

Notebooks beinhalten übrigens viele dieser Komponenten bereits in der Grundkonfiguration: Neben Zentraleinheit, Bildschirm und Tastatur sind Modem, Soundausstattung, Maus in Notebooks heute schon von vornherein eingebaut. Die gute Nachricht: Zur Erleichterung sind Anschlussbuchsen und Kabel in der Regel so konstruiert, dass ein falsches Anschließen (fast) ausgeschlossen werden kann.

Nach: <http://www.akademie.de/grundlagen-computer-internet/ecdl/kurse/ecdl-modul-1-grundlagen-der-informationstechnologie/die-hardware/pc-bestandteile.html> (21. 4. 2011)

Ü1) Suchen Sie im Text Antworten auf die Fragen.



1. Was brauche ich, um mit einem PC arbeiten zu können?
2. Was bedeutet "Peripherie"?
3. Was sind "Eingabegeräte" - was sind "Ausgabegeräte"?
4. Womit sind diese Teile verbunden?
5. Welche Komponenten gibt es in Notebooks?

Kurzer Einblick in den PC. Was, wo steckt etwas und was das ist.

<http://www.youtube.com/watch?v=taVqs9ZheyE> (21. 4. 2011)



Ü2) Welcher Bestandteil des Computers ist damit gemeint? Notieren Sie sie bitte.



1. _____: Daran werden die anderen Geräte, die Peripheriegeräte (Tastatur, Maus, Monitor, Drucker), angeschlossen. Hier erfolgt die eigentliche Verarbeitung aller Daten. Man hat sie deshalb auch schon das "Herzstück des Computers" genannt. Im Gehäuse der Zentraleinheit (auch Haupteinheit) befindet sich normalerweise auch die Festplatte (auch Hard-Disk genannt). Außerdem sind hier die Laufwerke untergebracht.
2. _____: Es gehört zu Speichermodulen und dient gewöhnlich zum primären Speichern. Es kann große Menge von Informationen speichern. Heutige haben eine Größe von 100 bis 2.000 Gigabyte.

3. _____ oder _____: Sie gehören zu Speichermodulen. Mit einem oder dem anderen sind nahezu alle modernen Computer ausgestattet. Es befindet sich meistens an der Vorderseite der Systemeinheit. Wenn man es besitzt, sollte man damit wichtige Dateien regelmäßig sichern. Auf diese Weise gehen bei einem Festplattenfehler keine Daten verloren.

4. _____: Noch ein Speichermodul ist damit gemeint. Es dient zum Speichern geringer Daten.

5. _____: Es wird hauptsächlich zur Eingabe von Text in den Computer verwendet. Es ist mit Tasten für Buchstaben und Zahlen ausgestattet, zusätzlich verfügt es jedoch über Sondertasten.

6. _____: Es zeigt Informationen anhand von Text und Grafiken in visueller Form an. Sein Teil, auf dem die Informationen angezeigt werden, wird als **Bildschirm** bezeichnet, der sowohl unbewegte als auch bewegte Bilder anzeigen kann.

7. _____: Es überträgt Daten von einem Computer auf Papier. Für die Verwendung des Computers ist es nicht erforderlich. Wenn man es besitzt, kann man jedoch E-Mails, Karten, Einladungen, Ankündigungen und anderes Material für den Ordner vorbereiten.

8. _____: Wenn man den Computer mit dem Internet verbinden möchte, benötigt man es. Das ist ein Gerät, das Computerinformationen über eine Telefonleitung oder ein Hochgeschwindigkeitskabel sendet und empfängt. Es ist manchmal in die Systemeinheit integriert, diese mit höheren Geschwindigkeiten werden jedoch meistens als separate Komponenten angeboten.

Ü3) Welche Definition passt? Verbinden Sie richtig.



1. auf den neuesten Stand bringen
2. grafisch darstellen/gestalten
3. im Internet verschiedene Web-Adressen aufsuchen
4. mit einem Gerät die Daten eines Textes oder Bildes in den Computer eingeben
5. sich mit einer oder mehreren Personen im Internet unterhalten
6. per Computer eine Nachricht schicken
7. Felder aktivieren

- a) (einen Text) layouten
- b) klicken auf ... /anklicken
- c) einscannen
- d) updaten
- e) (e-)mailen
- f) chatten
- g) surfen

1.	2.	3.	4.	5.	6	7.

Ü4) Wählen Sie die passende Form des Verbs aus.



chatten, Layouten, herumsurfen, gemailt, einzuscannen, upgedatet, klicken auf

1. Wissen Sie, wann diese Webseite zum letzten Mal _____ wurde?
2. Kein Wunder, dass Sie zu nichts kommen, wenn Sie den ganzen Tag im Internet _____.
3. Es ist doch leichter den Text _____, als ihn noch mal abzutippen.
4. Zum _____ schicken wir die Texte in ein Grafikbüro.
5. Ich hätte ihr die Liste _____, wenn ich ihre E-Mail- Adresse gewusst hätte.
6. Wenn Sie Probleme haben, _____ Sie einfach _____ 'Hilfe'.
7. Immer mehr Leute treffen sich in Internet-Foren, um zu _____.

Ü5) Lösen Sie das Kreuzworträtsel: Begriffe aus der Computerwelt:

<http://www.unterrichtsmaterial-schule.de/deutschvorschau41.shtml> (24. 4. 2011)



4.3 COMPUTER-KNIGGE



Die Benimm-Regeln in elektronischen Netzen in einem Satz zusammengefasst kann man sagen: "Benehme Dich so, als stünde/n Dein/e Gesprächspartner/in unmittelbar vor Dir."

10 Gebote der Computertechnik

Die 10 Gebote der Computerethik haben ihren Ursprung nicht im Internet, sondern sind im Umgang mit Computernutzern allgemein entstanden. Die Anlehnung der Gebote an die christlichen zehn Gebote ist dabei vermutlich durchaus gewollt, denn die Ideengeber nahmen als Maßstab den Gedanken, dass verantwortungsvolle Arbeit am Computer einige gemeinsame "Glaubensgrundsätze" gebietet.

1. Du sollst nicht deinen Computer benutzen, um anderen Schaden zuzufügen.
2. Du sollst nicht anderer Leute Arbeit am Computer behindern.
3. Du sollst nicht in anderen Leuten Dateien stöbern.
4. Du sollst nicht den Computer zum Stehlen benutzen.
5. Du sollst nicht den Computer benutzen, um falsches Zeugnis abzulegen.
6. Du sollst nicht Software benutzen oder kopieren, für die du nicht die Nutzungs- oder Kopierrechte erworben hast.

7. Du sollst nicht anderer Leute Ressourcen ohne deren Erlaubnis verwenden.
8. Du sollst nicht anderer Leute geistig Werk als deines ausgeben.
9. Du sollst über die sozialen Konsequenzen deiner Programme nachdenken.
10. Du sollst den Computer so benutzen, dass du Verantwortung und Respekt zeigst.

Nach: <http://www.netplanet.org/netiquette/computerethik.shtml> (12. 1. 2011)

Ü1) Übersetzen Sie den Text.



5. INTERNET

5.1 EINSTIEG

Sammeln Sie Assoziationen zum Bild

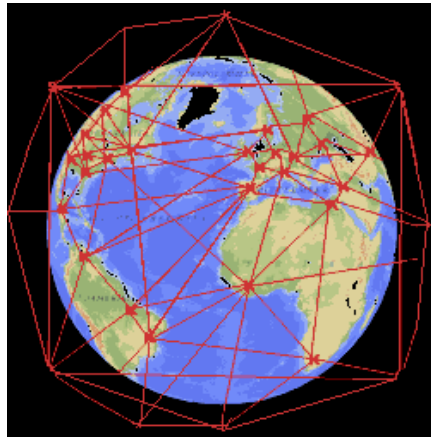


Abb. 30: Vernetzung

Nach: <http://www.internet4jurists.at/intern10.htm> (24. 4.2011)

5.2 BEGRIFF

Internet

inter – lat. zwischen

net – networking, engl. vernetzen

Definition: Das Internet ist die Gesamtheit aller weltweit zusammengeschlossenen Computer-Netzwerke, die nach einem standardisierten Verfahren miteinander kommunizieren. Dazu gehören einerseits die dauernd über Standleitungen verbundenen Knotenrechner und Server, andererseits sind auch die Computer der Internetnutzer, die nur zeitweise, meist über Telefonleitungen verbunden sind.

Zum ständigen Netz gehören neben den Rechnern der Netzdienste und Provider (Zugangsanbieter) auch Computer von Universitäten, Behörden und sonstigen öffentlichen Einrichtungen, aber auch solche von Unternehmen. Dabei muss man neben bestimmter Hard- und Software eine Standleitung haben, die von der Post gemietet werden kann. Es fällt dann keine Zeitgebühr mehr an. Der große Vorteil liegt darin, dass rund um die Uhr von jedem Punkt der Welt per Festnetz-, Mobil oder Satellitentelefon auf die Daten auf dem Server zugegriffen werden kann und auch Daten übermittelt werden können. Dies kann eine elektronische Nachricht (E-Mail) sein, ein Bild oder ein Artikel, eine Bestellung oder einfach eine Suchanfrage an eine Datenbank.

Die temporär angeschlossenen Computer: Der gewöhnliche Internetnutzer stellt die Verbindung zum Internet mit dem PC über ein Modem und die normale Telefonleitung, Kabel oder ADSL her. Er ist dabei aber nicht nur einseitig Konsument, sondern er kann mit jedem Computer im Internet kommunizieren.

Es wird bei der Publikation im Internet sehr viel Wert darauf gelegt, dass die darzustellenden Seiten möglichst wenig Speicher belegen. Das ist aber insbesondere bei Bildern und Grafiken ein Problem, weil eine Speicherreduzierung automatisch mit einem Qualitätsverlust verbunden ist. Eine Webseite ist daher immer ein Kompromiss zwischen Darstellungsqualität und Übertragungszeit. Dieses Problem wird etwas gemildert durch die technische Entwicklung bei den Modems, deren Geschwindigkeit sich immer wieder verbessert. Außerdem finden die sogenannten Breitband-Zugänge wie Kabel oder ADSL eine immer größere Verbreitung.

Nach: <http://www.internet4jurists.at/intern10.htm> (25. 4. 2011)

Ü1) Finden Sie im Text Antworten auf die Fragen.



1. Was ist Internet?
2. Was gehört dazu?
3. Was stellt das ständige Netz dar?
4. Welche Vorteile bringt das?
5. Wie stellt der gewöhnliche Internetnutzer die Verbindung zum Internet?
6. Was ermöglicht die Internetverbindung?
7. Worauf achtet man bei der Internetpublikation?
8. Was Negatives bewirkt eine Speicherreduzierung?
9. Wodurch mildert man die Speicherreduzierung?

5.3 DIENSTE IM INTERNET

Das Internet lässt sich grundsätzlich in zwei Bereiche teilen: Dem Internet und den Internet-Diensten. Während das Internet die Grundfunktion der Übertragung übernimmt, stellen Internet-Dienste eigenständige Applikationen dar, die mit eigenen Protokollen in einem Netzwerk mit dem Internet-Protokoll funktionieren.

Demnach ist also beispielsweise das World Wide Web zwar abhängig von den darunter liegenden Internet-Protokollen, es ist jedoch nicht "das Internet" selbst.

Einzelne Dienste wie:

Archie

Archie gehört zu den ersten organisierenden Internet-Diensten, deren einzige Aufgabe ist, große Datenmengen zur sinnvollen Recherche bereitzuhalten. Bei Archie handelt es sich um ein Suchwerkzeug zur Suche auf FTP-Server.

Instant Messaging

In den letzten Jahren hat sich Instant Messaging von einer eher "hippen" Kommunikationsform einer jungen Generation immer stärker zu einer ernst zunehmenden Anwendung zur täglichen Kommunikation gewandelt, die immer stärker auch im professionellen und gewerblichen Bereich Einzug findet.

In eigenen Sub-Rubriken:

- **E-Mail**

E-Mail gehört zur heutigen Generation, wie das Telefon. Kein anderes Kommunikationsmedium hat in so kurzer Zeit eine so weite Verbreitung erlangt, wie die E-Mail-Kommunikation.

- **Internet Relay Chat**

Der IRC hat schon zu einer Zeit die zwischenmenschliche Kommunikation im Internet gefördert, als es so Dienste wie das World Wide Web noch nicht mal in Planungen gab, ganz zu schweigen von der weiten Verbreitung, die das Internet heute hat. Damals als "Blödelprogramm" für Computersüchtige verschrien, hat der IRC auch heute noch eine treue Anhängerschaft, da es dank der offenen Protokolldefinitionen und einiger populärer Client-Programme eine sehr große und plattformübergreifende Verbreitung besitzt.

- **Netnews**

Wenn jemand die Mutter aller Schwarzen Bretter im Internet suchen würde, würde er vermutlich relativ schnell auf Netnews stoßen. Netnews, oft auf kurz "News" genannt, stellt im Internet die größte Kommunikationsplattform dar.

- **Telefonie**

Das Telefonieren ist auch im Zeitalter der elektronischen Kommunikation nach wie vor der wichtigste, telekommunikative Dienst und mit vielen Implementierungen im Internet vertreten. Viele Dinge sind mit einem kurzen Anruf schneller geklärt, als mit einer geschriebenen E-Mail.

- **World Wide Web**

Das World Wide Web ist der am häufigsten genutzte und der flexibelste Dienst im Internet schlechthin. Mit dem World Wide Web begann der Siegeszug des Internet auch außerhalb von wissenschaftlichen Netzwerken.

Kurz gesagt gehört das Internet allen und niemandem. Das Internet ist bis heute ein dezentralisiertes System. Macht haben deshalb viele, nicht zuletzt auch die Benutzer.

Nach: <http://www.netplanet.org/dienste/> (25. 4. 2011)

Ü1) Ergänzen Sie die Sätze mit den Informationen aus dem Text.



1. Zwei Internetbereiche sind ...
2. Die Grundfunktion des Internets ist ...
3. Die Internet-Dienste stellen ...
4. Archie gehört Seine Aufgabe ist ...
5. Instant Messaging dringt immer mehr in den ... Bereich ein.
6. E-Mail ist ein wichtiges Kommunikations... der heutigen Generation.
7. Der IRC war früher als ... verschrien. Er hat noch heute eine sehr große ...
8. Netnews wird kurz ... genannt und ist die größte ...
9. Telefonie hat auch viele ... im Internet.
10. World Wide Web ist ... Damit kam das Internet auch außerhalb von ... Netzwerken.

5.4 ZUKUNFTSVISIONEN



Die große Datenwolke: Cloud Computing – Internet-Phänomen der nächsten Jahre

Das Netz hat unsere Welt verändert – und zwar gründlich. Und das Netz wird unsere Welt und unsere Gesellschaft weiter umkrempeln – die nächsten zehn Jahre werden mindestens ebenso spannend wie die letzten.

Denn wirklich ausgereizt ist das Internet noch nicht. Die vorerst letzte Stufe hat vor ein paar Jahren der Computerhersteller Apple in Angriff genommen – und damit eine neue Revolution eingeleitet. Mit dem iPhone ist das Netz jetzt auch mobil geworden. Wer bisher zu Hause oder im Büro am PC saß und dort E-Mails schrieb oder im Netz surfte, der kann das mittlerweile auch unterwegs machen. Wie revolutionär das iPhone ist – oder besser gesagt war – das zeigt ein Blick auf die Konkurrenz: Ob Nokia, Motorola oder andere Handy-Hersteller: Mittlerweile hat jeder ein Internet-fähiges Handy im Angebot.



Auch Daten werden mobil.

Der Trend zu mehr Mobilität wird auch in den kommenden Jahren noch anhalten. Nicht nur die Internet-Geräte werden mobil, auch die persönlichen Daten gehen mit. "Cloud Computing" heißt die Technik, die es bereits seit einiger Zeit gibt, die aber erst in den kommenden Jahren so richtig zum Massenphänomen werden dürfte. Die eigenen Daten sind dabei nicht mehr auf der heimischen Festplatte abgelegt, sondern im Internet – irgendwo in der großen "Datenwolke". Das macht es zwar schwer, ihren Speicherort auszumachen – dafür gehen sie aber überall mit hin; auf den Büro-PC ebenso wie auf den Laptop oder eben das Internet-Handy.

Das Internet wird in den kommenden Jahren damit zum Überall-Netz: Immer und in ausreichender Geschwindigkeit verfügbar – das ist die Vision dahinter. Allerdings dürften in den kommenden Jahren auch die Zweifler und Kritiker mehr werden. Denn das Netz wird so viel über uns wissen, wie nie jemand zuvor.

Google und Co. geraten zunehmend in die Kritik

Schon jetzt gibt es beispielsweise viel Kritik am Internet-Konzern Google und seinem Vorgehen. Der Konzern gilt vielen als Datenkrake par excellence, der alles Mögliche an Daten sammelt und auswertet. Vor allem nach den Datenschutzskandalen der letzten Zeit haben viele Menschen erkannt: Es ist nicht egal, was man an Spuren im Netz hinterlässt – und es ist auch nicht egal, wem man überhaupt seine Daten anvertraut. In den kommenden Jahren wird den großen Internetunternehmen daher sicherlich mehr auf die Finger geschaut werden als bisher.

Nach: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5079395,00.html> (20. 1. 2011)

Ü1) Ergänzen Sie die Sätze mit fehlenden Verben.



1. Das Netz hat unsere Welt gründlich ...
2. Mit dem iPhone von Apple ist das Netz mobil ...
3. Unterwegs kann man E-Mails ... und auch im Netz...
4. Der Trend zur Mobilität wird noch...
5. In den nächsten Jahren werden die eigenen Daten nicht mehr auf der heimischen Festplatte ..., sondern im Netz.
6. So kann man überall auf die Daten ... über den Rechner, den Laptop oder über das Handy.
7. Das Netz wird so viel über die Menschen ..., wie nie jemand zuvor.
8. Schon jetzt wird z. B. der Internet-Konzern Google ..., weil er alle möglichen Daten ... und analysiert.
9. Nach den Datenschutzskandalen der letzten Zeit haben viele Menschen ..., dass man nicht jedermann seine Daten ... sollte.

Ü2) Welche Wörter aus dem Text sind damit gemeint? Tauschen Sie Ihr Ergebnis in der Gruppe aus.



1. das Internet	
2. so, dass etwas unterwegs funktioniert	
3. weitergehen, sich fortsetzen	

4. die Informationen	
5. der Schutz persönlicher Daten	
6. jemandem etwas vertrauensvoll mitteilen	
7. etwas auswerten	
8. beobachten, was jemand tut	

**Ü3) Erzählen Sie in der Gruppe über Ihren Internetgebrauch.
HILFE: Stützpunkte und Redemittel**



STÜTZPUNKTE

Wie oft und für welche Zwecke nutzen Sie das Internet?

Wie viele und welche Informationen hinterlassen Sie im Internet? Z.B. Kann man Beispiel Fotos von Ihnen im Netz finden, wenn man Sie googelt?

REDEMITTEL

Ich gehe oft/selten/nie ins Internet, weil ...

Ich nutze das Internet von zu Hause aus/im Büro/unterwegs, um ...

Ich surfe gerne/nicht so gerne im Netz, weil ...

Wenn man mich googelt, dann findet man ...

Immer erreichbar, das Handy



interaktiv

<http://www.deutschlern.net/aufgabe.php?show=6&lc=2578&id=18125>

und weitere Aufgaben

5.4.1 Die Online-Zukunft getestet



Friedrichshafen am Bodensee

Fünf Jahre lang testen die Deutsche Telekom und die Stadt Friedrichshafen Vernetzungsprojekte, die zukunftsweisend sein sollen. Manche neue Ideen lohnen sich, andere hingegen nicht.

A) Zukunftswerkstatt der Deutschen Telekom

Seit 2007 ist Friedrichshafen T-City. In der Stadt am Bodensee will die Deutsche Telekom die Internet- und Handy-Zukunft erproben. Gemeinsam mit der Stadtverwaltung haben sich die Telekom-Experten 44 Einzelprojekte ausgedacht, eine Art "Werkstatt für die Telekommunikations-Zukunft", sagt Ferdinand Tempel, Leiter des T-City-Projektbüros.

B) Ausgewählte Familien dürfen ausprobieren



Den Stromverbrauch online kontrollieren, kann Geld sparen. Der Friedrichshafener Ingenieur Thomas Aisenpreis liebt es, den Alltag vernetzt anzugehen: Sein Laptop, sein PC, die Rechner seiner Frau - sie alle sind in einem Home-Netzwerk zusammengeschlossen. Daran angebunden ist selbstverständlich auch das iPhone. Und mit alldem kann der Schwabe Monat für Monat ein paar Euro einsparen. Der Grund: Aisenpreis und seine Familie sind sogenannte Zukünftler. So nennt die Deutsche Telekom jene

ausgewählten Familien in Friedrichshafen, die zukunftsweisende Kommunikations- und Vernetzungsstrategien austesten dürfen.

Derzeit probiert die zukunftsbewusste Familie Smart Metering aus. Dabei werden Gas- und Wasseruhren, aber auch Stromzähler mit digitalen Mess-Sonden ausgestattet, die mit dem Internet verbunden sind. Das heißt: Alle Daten werden umgehend in einen Zentralrechner eingespeist, grafisch aufbereitet und per Mail wieder an die Familie zurück geschickt.

C) Mit dem Internet gegen die Stromfresser im Haushalt



"Dabei sind wir auf erstaunliche Dinge gekommen", erzählt Aisenpreis. "Zum Beispiel darauf, dass unser Wäschetrockner ein richtiger Stromfresser ist. Wenn der Trockner läuft, schnellt der Stromverbrauch in die Höhe." Die Konsequenz: Eine Wäscheleine zielt nun die Wohnung der Familie Aisenpreis, die Stromrechnung geht deutlich nach unten.

Thomas Aisenpreis testet gerne

D) Dokumentenechte Mails

Mit De-Mail versenden große Industriebetriebe seit Neuestem ihre Gehaltsabrechnungen dokumentenecht per Internet an alle Mitarbeiter. Die Porto- und Papierersparnis sei enorm, so die Telekom. Auch die Stadtverwaltung hat derweil begonnen, amtliche Bescheide per De-Mail zuzustellen.

E) Das virtuelle Kraftwerk sorgt für moderate Strompreise

"Es geht darum, herauszufinden: Welche der neuen Techniken bringt die Menschen voran, aber auch die Stadt als Lebensraum", erklärt Stefan Söchtig, Geschäftsführer der Technischen Werke Friedrichshafen und im Nebenberuf T-City-Beauftragter Friedrichshafens. Sein derzeitiges Lieblingsprojekt: Der Aufbau des virtuellen Kraftwerkes Smart Grid. Dabei werden alle dezentralen Energiequellen innerhalb der Stadt - zum Beispiel private Fotovoltaikanlagen - miteinander vernetzt.

F) Die Stadt erkunden mit GPS

Allerdings wurden im Rahmen von T-City auch schon Projekte gestartet, die die Verantwortlichen Monate später wieder einstellen ließen.

Dieses T-City-Projekt dürfte schon zukunftsträchtig sein. Hierbei erhalten Passanten automatisch Informationen über nahegelegene Cafés, Restaurants und Sehenswürdigkeiten - als SMS oder Mail auf ihre mit einem GPS-Empfänger gekoppelten iPhones. Weil Schwaben gerne schlemmen, darf in diesem Fall von einem erfolgreichen Projektverlauf ausgegangen werden.

Nach: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5976340,00.html> (18.1.2011)

Ü1) Finden Sie folgende Informationen im Text.



1. Wo gibt es Zukunftswerkstatt der Deutschen Telekom? Was wird da erprobt? Seit wann läuft das Projekt?
2. Was sind sogenannte Zukünftler?
3. Wie profitieren damit die zukunftsbewussten Familien?
4. Was versendet man mit dokumentenechten Mails?
5. Wofür sorgt das virtuelle Kraftwerk? Auf welche Weise?
6. Wie läuft die Erkundung der Stadt mit GPS?

Ü2) Übersetzen Sie in der Gruppe die einzelnen Teile des Textes (A–F).



Ü3) Kommentieren Sie diese Zukunftsvisionen.



6. ABSCHLUSS DES 5. KAPITELS

Überprüfen Sie das Gelernte.

Test 5

Ü1) Lesen Sie den Text und lösen Sie zwei Aufgaben Ü2) und Ü3) unten.



Zankapfel Social Media



Facebook, Twitter und Co. Das Surfen in sozialen Netzen kostet Zeit und birgt Software-Risiken. Trotzdem sperren nur einige Unternehmen ihren Mitarbeitern den Zugang zu solchen Internetseiten.

Rund eine halbe Milliarde Menschen verteilt über die ganze Welt haben sich bei dem sozialen Netzwerk Facebook angemeldet und sind regelmäßig hier aktiv - das sind übrigens ebenso viele Menschen wie die Europäische Union Bürger hat. Unter diesen Facebook-Bürgern sind auch zehn Millionen Deutsche. Sie lassen sich auf andere Seiten verlinken, lesen News und Kommentare, laden Fotos und Videos hoch. Auch auf anderen sozialen Seiten herrscht reger Betrieb, es wird getwittert oder YouTube angeschaut.

Dabei beschränkt sich die Internetgesellschaft nicht auf ihre Freizeit - auch während der Arbeit loggen sich viele bei Facebook ein und kommunizieren mit ihren Freunden. Eine Verschwendung von Arbeitszeit oder gar eine Gefahr für die Daten und Computer der Unternehmen?

Soziale Netze während der Arbeit

Die Folge: Einige Unternehmen sperren lieber den Zugang zu sozialen Netzen für die Mitarbeiter. Unter ihnen befindet sich so mancher Konzern, der im wichtigsten deutschen Börsenbarometer DAX gelistet ist. Und das sei keine Frage der IT-Sicherheit sondern eher der Produktivität und der Nutzung der Arbeitszeit.



Völlige Freiheit herrscht beispielsweise bei der Deutschen Telekom. Wie die Deutsche Telekom verhalten sich zwei Drittel der deutschen Unternehmen. Sie fördern sogar die Zusammenarbeit ihrer Mitarbeiter über webbasierte Kommunikationskanäle. Mehr als die Hälfte der von ihnen befragten Manager waren der Meinung, Mitarbeiter würden motivierter und produktiver sein, wenn sie soziale Internetseiten auch während der Arbeit besuchen dürften. In

Deutschland erwarten sogar ein Viertel der befragten Manager, dass Mitarbeiter eine soziale Medienpräsenz für berufliche Zwecke unterhalten.

Auch Unternehmen tummeln sich in sozialen Netzen

Nicht nur die Mitarbeiter haben soziale Netze für sich entdeckt, auch Unternehmen tummeln sich hier inzwischen verstärkt. Ob sie es für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter einsetzen, ihren Bekanntheitsgrad steigern wollen oder den Vertrieb ankurbeln. Hier können sie mit vielen Menschen direkt in Kontakt treten und haben so direkteren Zugang als über konventionelle Werbeformen.

Nach: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,6150795,00.htm> (29. 4. 2011)

Ü2) Ergänzen Sie die Sätze.



1. Eine halbe Milliarde ... (1) hat den persönlichen Zugang zum ... (2) Facebook.
2. Da werden sie auf andere Seiten ... (3), lesen ... (4) und Kommentare, laden Fotos und Videos hoch.
3. Bei Facebook oder Twitter kommunizieren sie mit ihren Freunden nicht nur in ihrer ... (5), sondern auch während der ... (6).
4. Einige Unternehmen ... (7) ihren Mitarbeitern das private Surfen während der Arbeitszeit nicht aus ... (8), sondern aus Angst, dass dadurch die Produktivität sinkt und die ... (9) schlecht ausgenutzt wird.
5. Zwei ... (10) der deutschen Unternehmen unterstützt die Zusammenarbeit ihrer Mitarbeiter über soziale Werke, denn so wären sie ... (11) und produktiver.
6. Viele ... (12) legen viel Wert auf den direkten Zugang zu ihren Kunden über soziale Medien.

Ü3) Finden Sie im kursiv gedruckten Text passende Wörter und Wendungen.



1. sich verschiedene Seiten im Internet anschauen
2. Internetseiten zum Kommunizieren mit Freunden und anderen Menschen
3. sich einloggen
4. regelmäßig ein soziales Netz besuchen
5. Nachrichten
6. Fotos ins Internet stellen

Ü4) Überprüfen Sie Ihr Computer-Wissen.



1. Hauptspeicher, Abkürzung für Random access Memory
2. Die Software, mit der man Webseiten im Internet sieht.
3. Irrtum, Fehlermeldung am Computer
4. Die festen Teile des Computers bezeichnet man als ...
5. Gerät im PC, um Daten per Telefonleitung zu senden
6. Mehrere miteinander verbundene PCs bilden ein ...
7. Die nutzbaren Programme des Computers
8. Ein elektronischer Brief, versendet über das Internet.

9. Disketten, CDs, DVDs, Speichersticks sind ...
10. Eingabegerät zum Tippen
11. Pfeil- Zurück-Taste nennt man auch Englisch ...
12. Taste mit zwei Pfeilen, mit der man
Abstände einstellt.
13. Der Teil des PCs, der die Daten verarbeitet.
14. Eine eigene Webseite oder eine eigene ...
15. Das weltweite Computernetz
16. Eine Einheit im Ordner. Englisch: "File"

Ü5) Ordnen Sie die Verben aus dem Kästchen richtig zu.



schützen anklicken herunterladen zugreifen schreiben surfen speichern

eine E-Mail	
eine MP3	
einen Link	
im Netz	
persönliche Daten	
Daten auf der Festplatte	
über das Handy auf die Daten	

6) Erzählen Sie, wie Unternehmen soziale Netze entdecken, wie Ihre Kommunikationsgewohnheiten sich verändert haben, wie sie neue Kunden erreichen.



**7) Präsentieren Sie eine interessante Webseite mit Ihrer Analyse.
HILFE: Stützpunkte**



- Verfasser der Webseite, Kontakt und Impressum
- Umfeld der Webseite (z. B. Hochschule, Verwaltung, Unternehmen, privat)
- Analyse des Textes: Wie ist er geschrieben? Warum wurde er geschrieben?
- Gibt es im Text Quellenangaben, weiterführende Links, Zitate?
- Aktualität der Webseite: Wie aktuell ist sie? Wird sie regelmäßig erneuert? Gibt es viele tote Links?

ZUSAMMENFASSUNG

Im fünften Kapitel werden Fachthemen zum **Informationszeitalter** behandelt, das könnte man auch als »Anwendung der Zukunft« nennen. Alles, was zukunftsweisend ist, sollte man auch in der Fremdsprache gut kennen. Das diesbetreffende Wissen öffnet Fenster zu weiten Welten, was in der Zeit der Globalisierung von großer Bedeutung sein muss. Um diese IKT-Kompetenzen zu erreichen, übt man mit verschiedenen Textsorten, Textübungen und Aufgaben. Zur Festigung des Gelernten dient der Test am Ende des Kapitels..

Die Studenten sind durch die Arbeit mit Fachtexten in Druck-, Ton- und Videoform, zu ihrer Interpretation und Übersetzung befähigt. Sie erlernen auch entsprechenden Wortschatz um sich über Zukunftsvisionen zu äußern.

LÖSUNGS- SCHLÜSSEL

- Kapitel 1
- Kapitel 2
- Kapitel 3
- Kapitel 4
- Kapitel 5

KAPITEL 1

1.2. Ü1 die Medien, die Industrien, die Konzerne, das Zentrum, die Debatten, der Film, die Musik, die Motoren, die Moderatoren,

Ü2 a) das Medienunternehmen, die Meinungsströmung, die Modeströmung, der Medienkonzern, der Zusammenschluss, der Presseinhalt, der Filminhalt, der Online-Inhalt

Ü2 b) Nach dem Grundwort.

Ü4) 1. Sie betreiben publizistische Medien oder produzieren für sie. 2. Medienrechtliche
3. Sie sind wichtige Urheber und Träger von Mode- und Meinungsströmungen. 4. Mit
Presse-, Rundfunk-, Film-, Musik- oder Online-Inhalten 5. In den USA: Time Warner, The
Walt Disney Company, Comcast, News Corporation und Viacom;
in Deutschland: Bertelsmann AG

2.2.1) Ü1 1. Aufgabe und Arbeitsbereich, 2. Arbeitsablauf, 3. Ausbildungsweg, 4.
Voraussetzungen, 5. Karriereperspektiven

2.3.1 Ü1) 1. Ertel & Friends Multimedia GmbH, 1997, Stuttgart, Industrie-, Gesellschaft mit
beschränkter Haftung (GmbH), +49 (0)711 / 460 59 35 – 0, info@efm.de, Dr. Teja Sebastian
Ertel, Thomas Klaube, Marketing, Internet- Netzwerk-.

2.3.2 Ü1) fünf, Geschäftsleitung, ein, Spezialprojekte, vier, Kooperationspartner, Verkauf,
Sachbearbeitung, Ausüsterei, Marketing, Finanzen, Buchhaltung, Administration

2.4.3 Ü3) 1. Sehr geehrte Damen und Herren, 2. Ich beziehe mich auf die Anzeige in ...
3. Ich bewerbe mich um ... 4. Zurzeit bin ich in ... beschäftigt. 5. Jetzt besuche ich die
(Hochschule) für ... 6. Ich habe besondere Interessen für ... 7. Mit freundlichen Grüßen

2.4.4 Ü2) 5 Dokumente: Europass-Lebenslauf, Europass-Sprachenpass, Europass-
Zeugniserläuterung, Europass-Diplomzusatz, Europass-Mobilitätsnachweis.

2.4.5 Ü1) Gezielte Vorbereitung: Informieren Sie sich über den Arbeitgeber, z.B. Sehen Sie
sich das publizierte Werbungsmaterial und die Homepage der Firma an. Überlegen Sie,
welche Fragen der Personalchef stellen könnte. Bereiten Sie Ihre Fragen zum Betrieb, zur
Arbeitsstelle vor; notieren Sie sich dazu einige Stichpunkte. Stellen Sie Fragen, die Ihr
Interesse an der Firma und an der Arbeit zeigen.

Aussehen und Benehmen: Kleiden Sie sich sauber und korrekt an, kein Super Mini, keine
ungewöhnliche Frisur, kein Piercing ...; manche denken nun mal konservativ. Kommen Sie
pünktlich zum Gespräch, fünf Minuten vor dem Termin. Beantworten Sie alle Fragen
deutlich und überlegt.

3.2 Ü1) 1.d, 2.c, 3.b, 4.a.

3.3 Ü1) 6., 5., 2., 4., 3., 1.

KAPITEL 2

1.2 Ü1 a) *Intercontinental Köln*, 50667, Köln, *Pipinstr.1*, +49 221, 2806-0, b) *ICA-Immobilien*, 10977, Berlin, *Oranienstr. 9*, + 49 30, 8 7136 54, +4930/8 713765 c) *Dr. Ulrike Sachs*, 70327, Stuttgart, *Mercedesstr.137*, + 49 711, 17 92110 -11, +49 711 17 90876, d) *Kunsthhaus Baselland*, 4132, Muttentz/Basel, *St.-Jakobs-Str. 170*, +41 61, 312 83 88, +41 61 312 83 88, e) *Bilfinger Werbedruck GmbH*, 50231, Köln, *Maerweg*, 92-94, +49 221, 5962 740-11, +49 221 5962 740, *Anne Schmidt*, f) *g.r.a.m.*, 8020, Graz, +43 316, 724709, + 43 316/721152

2.2 Ü1): 00, D 49, A 43, CH 41; Stuttgart (0)711, Köln (0)221, Basel (0)61;
Ü2): internationale Vorwahl, Landesvorwahl, Ortsvorwahl, Null, Rufnummer, Rufnummer.

3.2. Ü1) 6,5,2,3,4,1. **Ü2)** 1. stimmt, 2. stimmt, 3. stimmt nicht, 4. stimmt nicht, 5. stimmt, 6. stimmt, 7. stimmt nicht, 8. stimmt nicht, 9. stimmt

3.3 Ü1) 1.b, 2.j, 3.g, 4.h, 5.c, 6.i, 7.d, 8.f, 9.a, 10.e. **Ü2)** 1. Ohlapen stisk roke: Ohlapen stisk roke vzbujata občutek negotovosti in neprepričljivosti. Zato vašemu sogovorniku stisnite roko. S tem pokažete svojo samozavest, pristrčnost, odprtost in odkritosrčnost. 2. Biti nepozoren: Gledati v drugo smer, ko s kom govorimo, je neprimerno. Pokazati pozornost je eden največjih komplimentov, ki jih naredite drugi osebi. Pokažite zanimanje! 3. Kajenje: V mnogih javnih prostorih je sedaj prepovedano kaditi. Upoštevajte to prepoved! Celo če so dovoljene cigarete, cigare običajno niso. Nikoli ne otrsajte pepela na tla! 4. Ne držite kozarca napačno: Kelihe je potrebno držati za pecelj. Netaktno je držati kelih za vino, sekt ali koktajl za čašo. Če kozarec nima peclja, ga držite z levo roko. Tako vašemu sogovorniku ni potrebno stisniti mrzlo in vlažno roko. 5. Brez suknjiča ali odprt suknjič: Nikoli ne odložite suknjiča, dokler tega ne stori gostitelj! Prav tako morate imeti zaprt suknjič, ko stojite. 6. Preveč alkohola: Bodite pozorni na to, koliko alkohola popijete. Morda se vam zdi, da alkohol vpliva na vaše dobro razpoloženje, toda drugi najbrž to vidijo drugače. Brez zavor bi lahko naredili in rekli stvari, ki jih boste kasneje obžalovali. Tako lahko škodujete svojemu ugledu in razpoloženju drugih navzočih. 7. Premajhna distanca: Vsakdo ima svoj intimni predel (približno 50 cm). Nikomur ni všeč, da drugi posežejo v to območje, če niso bili povabljeni. Če to storite, se vsakdo poskuša izmakniti. Vsiljivca se zaradi njegovega ne tenkočutnega dejanja zaničuje. 8. Glasno govorjenje: Ne govorite preglasno, sicer izpadete arogantno in naduto. Vaš glas naj bo miren in enakomeren. Izberite ton in višino primerno situaciji in trenutku. 9. Položiti roko na ramo: Dokler vaš poslovni partner ni vaš stari prijatelj, je stisk roke pri pozdravu in slovesu edini dotik, ki je sprejemljiv. Sicer se ne dotikajte drugih brez njihovega dovoljenja. Morda si mislite, da je vaša gesta nedolžna, toda drugi jo lahko razumejo drugače/dvoumno. 10. Govoriti istočasno: Nikoli ne vpadajte vašemu poslovnemu partnerju v besedo. Pustite ga, da pove do konca, preden mu odgovorite. Tako mu izkažete vljudnost in tudi on vas potem bolje posluša. Poslušanje je skrivnost dobre komunikacije.

KAPITEL 3

1.2 Ü1) Pult, Brille.

Ü2) 1.g, 2.f, 3.b, 4.k, 5.j, 6.a, 7.c, 8.e., 9.h, 10.d, 11.i.

Ü3) 15. Jahrhundert: Erfindung des Buchdrucks, 17. Jahrhundert: Tageszeitung, 19. Jahrhundert: Produktion von Massenblättern / die ersten Pressekonzerne, ab den 1920: Film, 1923: Rundfunk, 1927: Schwarzweißfilm, 1933: gesamter Rundfunk verstaatlicht, 1935: Farbfilm, die erste Fernsehsendung; nach 1945: öffentlicher Rundfunk / garantierte Meinungs- und Pressefreiheit, 1954: das Deutsche Fernsehen, 1963: das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF), In den 1980-er Jahren: Kabel- und Satellitenfernsehen, privater Rundfunk, 1984: das Deutsche Fernsehen zum Ersten Deutschen Fernsehen (ARD), ab den 1990er Jahren: das Internet. Ü4) Buchdruck, Zeitung, Telegraf, Fotografie, Telefon, Grammophon, Rundfunk, Fernsehen, Elektrohirn, Internet, Videorecorder, PC, CD, Handy, www.

2.2 Ü2) 1. USA, USA, 2. Italien, 3. Frankreich, 4. Spanien, 5. Österreich.

Ü3) 1. f, 2.i, 3.b, 4.d, 5.c, 6.h, 7.a, 8.g, 9.e.

Ü5) 1. Autor, 2. Konferenz, 3. Abonnent, 4. Boulevardzeitung, 5. Journalist, 6. Manuskript, 7. Sparten, 8. Korrektor, 9. Reporter, 10. Auflage, 11. Korrespondenz, 12. Titel, 13. Presse, 14. Impressum, 15. Karikatur, 16. Interview, 17. Annonce, 18. Zeitungssente

2.3 Ü3) 1.c, 2.f, 3.b, 4.d, 5.a, 6.e.

2.4 Ü1) Anschlagssäule, Außenwerbung. anhängen, Genehmigung, publizieren, Werbemedium, Werbung, bunt, Innerem. Ü3) 1.a, 2.c, 3.d, 4.b, 5.a, 6.d, 7.a, 8.c.

3.2 Ü1) 1. elektronische Medium war das Radio 2. hat sich der Hörfunk etabliert. 3. wird heute Radio unterwegs im Auto oder auf der Arbeit gehört. 4 hören täglich Radio. 5 sind dem Radio zunehmend fern. 5. werden heruntergeladen.

4.3.2 Ü1) 1. Slapstick, 2. Szene, 3. Totale, 4. Nahe, 5. Großaufnahme, 6. Zeitlupe, 7. Zoom, 8. Drehbuch, 9. Produzent, 10. Regisseur, 11. Statist, 12. Klappe, 13. Maskenbildner/in, 14. Science-Fiction, 15. Actionfilm, 16. Kultfilm, 17. Western, 18. Matinee, 19. Der blaue Engel, 20. Marlene Dietrich.

KAPITEL 4

2.2.1 Ü2) Telefongespräch, drei Einzelzimmer, reserviert/gebucht.

2.4.1 Ü1) 1. Odpošiljatelj, 2. Kraj, datum, 3. Prejemnik, 4. Zadeva, 5. Nagovor;
6. Informacije o dejavnosti, 7. Oznaka blaga, dobavni rok, 8. Prošnja za ponudbo, ceno in
prodajne pogoje, 9. Zaključna fraza, 10. Pozdrav, 11. Podpis, 12. Priloge, 13. Skice.

Ü2) 1. Anfrage, 2. Sehr geehrte Damen und Herren, 3. Ihre Anzeige/Annonce, 4. (wir)
interessieren uns, 5. Verkaufsangebot, 6. mit der Preisliste, 7. Ihre Liefer- und
Zahlungsbedingungen, 8. für Ihre Bemühungen

2.4.2 Ü1) Osnabrück, Sehr geehrte Frau Klein, Angebot, Lieferung, Zahlung, Fragen

Ü2) 1. f, 2. d, 3. b, 4. h, 5. i, 6. g, 7. e, 8. a, 9. c. **Ü4)** 1. c, 2. d, 3. b, 4. a.

2.4.3 Ü2) 1.c, 2.a., 3.e, 4.d. 5. b. **Ü3)** Auftrag, Leider, bisherigen, ausführen, Aufgrund,
Lieferanten, erhöhen, Auftrag, Preisliste, bestätigen.

2.5.5 Ü1)zadeva: datum naročila, nagovor, zahvala za naročilo, oznaka blaga, dobavni rok,
oblika plačila, pošiljanje, zaključna fraza, pozdrav. **Ü2)**Bestätigung der Bestellung:
Potrjujemo naročilo z dne .../Vaše bnaročilo (št. Naročila ...) nas je razveselilo. Mitteilung
der Lieferung: Pošiljka je bila odposlana dne .../Obvestili vas bomo, ko bo pošiljka
pripravljen./ Vaše naročilo bomo skrbno izvedli. Bereitschaft zur weiteren Mitarbeit:
Upamo, da bomo po tem naročilu še dalje sodelovali.

2.4.5 Ü1) Eintreffen, mitteilen, mangelhaft, zerkratzt, Rabatt Vereinbarung. **Ü2)** Spoštovani,
Pred tednom dni ste namestili klimatsko napravo. Žal vam moramo sporočiti, da naročilo
niste zadovoljivo izvedli. Avtomatska regulacija temperature ne deluje ustrezno. Hvaležni
vam bi bili, če bi nam čim prej poslali servis, da preveri nastavitve. S prijaznimi pozdravi.
Ü4)

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir müssen Ihnen leider mitteilen, dass wir mit der Lieferung nicht zufrieden sind. Die
Qualität der uns zugeschickten Ware entspricht den Angaben in Ihrem Angebot nicht. Wir
haben ausdrücklich Qualität 1 gefordert/verlangt, Sie haben uns die Qualität 2 geliefert. Wir
stellen Ihnen deshalb die Ware zur Verfügung.

KAPITEL 5

1.2 Ü1) 1. Auf Informations-und Kommunikationstechnologien (IKT) basierende Gesellschaft
2. Er schafft, verteilt und bewertet Informationen. 3. Etwa die Hälfte der Beschäftigten. 4.
Ein elektronisch speicherfähiges und besser handelbares Gut. 5. Verschiebung in der
Wirtschaftsstruktur und Schaffung einer neuen Kultur, basierend auf dem ständigen Fluss an
Informationen, die über Maschinen verbreitet werden. 6. Durch Systeme und Netzwerke. 7.
Sie werden für viele Menschen verfügbar. 8. Eine gute Versorgung mit Endgeräten und die
Beherrschung des Umgangs mit neuen Informations- und Kommunikationstechnologien.
Ü2) die Entwicklung, die Schaffung, die Verteilung, die Bewertung, die Aufbereitung, die
Wiedergewinnung, die Verknüpfung, die Auswertung, das Wachstum, die Information, die
Fertigung, die Verbindung, das Wissen, die Versorgung, der Umgang.

2.2 Ü1) 1. Regelung aller internen und externen Informationsangebote und -flüsse in einer
Organisation 2. Sie müssen analysiert, aufbereitet gesteuert und zur Verfügung gestellt
werden. 3. Organisationen können ihre Entwicklungszeiten produktiver gestalten. Wenn man
Patentinformationen kennt, vermeidet man teure Doppelentwicklungen und
Fehlentscheidungen. 4. In der Marktforschung. 5. Aus Online-Datenbanken
über externe Vermittler oder interne Informationsvermittlungsstellen. 6. Große
Informationsflut sinnvoll zu beherrschen, was bewirken sollte, dass sich das
Informationsmanagement von zentralen Stellen zum einzelnen Mitarbeiter verlagert. 7.
Wenn man sie in nutzbares Wissen umsetzt. 8. Die Erkenntnisse und Erfahrungen der
Mitarbeiter als sehr wertvolles Potenzial anzusehen und allen relevanten Stellen zur
Verfügung zu stellen.

4.2. Ü1) 1. Die "Grundkonfiguration" für PCs (= Minimalzusammenstellung) besteht aus:
Zentral/Systemeinheit, Tastatur und Bildschirm. 2. Geräte werden um die Zentraleinheit
herum angeordnet. 3. Eingabegeräte dienen zur Eingabe von Mensch zu PC: Maus,
Grafiktablett, Scanner, Lichtstift, Digitale Kamera, Joystick und auch Sound-Ausstattung,
externes Modem. Ausgabegeräte geben Informationen von PC an Mensch: Drucker. 4. Über
Kabel. 5. Im Notebook gibt es Zentraleinheit, Bildschirm, Tastatur, Modem,
Soundausstattung, Maus.

Ü2) 1. Zentral/Systemeinheit (eng. CPU = Central Processing Unit), 2. Die Festplatte, 3.
CD- oder DVD-Laufwerk, 4. Diskettenlaufwerk, 5. Tastatur, 6. Monitor, 7. Drucker, 8.
Modem.

Ü4) 1.d, 2.a, 3.g, 4.c, 5.f, 6.e, 7.b. **Ü5)** 1. upgedatet, 2. herumsurfen, 3. einzuscannen, 4.
Layouten, 5. gemailt, 6. klicken ... auf, 7. chatten.

5.3 Ü1) das Internet und die Internetdienste, 2. Die Übertragung, 3. eigenständige
Applikationen. 4. zu den ersten Internet-Diensten, große Datenmengen zur Recherche
bereitzuhalten. 5. professionellen und gewerblichen 6. Medium, 7. Blödelprogramm,
plattformübergreifende Verbreitung, 8. News, Kommunikationsplattform, 9.
Implementierungen, 10. Der am häufigsten genutzte und der flexibelste Dienst im Internet.
11. Wissenschaftlichen.

5.4 Ü1) 1. verändert, 2. geworden, 3. schreiben, surfen, 4. anhalten, 5. gespeichert/abgelegt,
6. zugreifen 7. wissen, 8. kritisiert, sammelt, 9. erkannt, anvertrauen. **Ü2)** 1. das Netz, 2.
mobil, 3. anhalten, 4. die Daten, 5. der Datenschutz, 6. jemandem etwas anvertrauen, 7. etwas
analysieren, 8. jemandem auf die Finger schauen.

LITERATUR UND INHALTSVERZEICHNIS

Agentur-Arbeitsmarkt (online). 2011. (citirano 8. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://agentur.de/arbeitsmarkt/ausbildung/berufemultimedia/screend>.

Aktiengesellschaft (online). 2011. (citirano 20. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
http://de.wikipedia.org/wiki/Aktiengesellschaft_%28Schweiz%29.

Am Telefon, interaktiv, (online). 2011. (citirano 22. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
http://www.schubert-verlag.de/aufgaben/uebungen_b1/b1_kap2_modalverben.htm.

Anfrage (online) 2011. (citirano 30. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.wissenswertes.at/index.php?id=muster-anfrage>.

Anfrage-Angebot (online). 2011. (citirano 5. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.dlc.fi/~michi/uebungen/anfrage.htm>.

Angebot (online). 2011. (citirano 25. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.ellviva.de/Job-Finzen/Geschaefsbrieife-Angebot.html>.

Animationsbeispiele (online). 2011. (citirano 20. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://av1.de/multimedia/animationen.html>.

Benimm-Regeln-Quiz (online). 2011. (citirano 12. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.stern.de/wirtschaft/arbeit-karriere/arbeit/3-knigge-testen-sie-ihre-manieren-501601.html>.

Bertelsmann-Imagefilm (online). 2011. (citirano 5. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
http://www.bertelsmann.com/bertelsmann_corp/wms41/bm/index.php?ci=203&language=1.

Betriebstypen (online). 2011. (citirano 3. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
http://doku.iab.de/mittab/1998/1998_2_MittAB_Rohr-Zaenker.pdf.

Boocrossing (online). 2011. (citirano 20. 3. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.bookcrossers.de/bcd/home/kurz/>.

Buchstabiertafel (online). 2011. (citirano 6. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://de.wikipedia.org/wiki/Buchstabiertafel>.

Bücher (online). 2011. (citirano 4. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://user.phil-falc.uni-duesseldorf.de/~holtei/sachbuch/index.html>.

Cebit-Messe (online). citirano 10. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.messen.de/de/7953/in/Hannover/Cebit/info.html>.

Coop (online). 2011. (citirano 6. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
http://de.wikipedia.org/wiki/Coop_%28Schweiz%2.

Computer-Bestandteile (online). 2011. (citirano 21. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.akademie.de/grundlagen-computer-internet/ecdl/kurse/ecdl-modul-1-grundlagen-der-informationstechnologie/die-hardware/pc-bestandteile.html>.

Computerethik (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.netplanet.org/netiquette/computerethik.shtml>.

Computer-Video (online). 2011. (citirano 21. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.youtube.com/watch?v=QGzmk5Fs5Es>.

Computerwelt-Begriffe. Interaktives Kreuzworträtsel (online). 2011. (citirano 24. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.unterrichtsmaterial-schule.de/deutschvorschau41.shtml>.

Deutsche Erfindungen, Video (online). 2011. (citirano 6. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://radikale-innovationen.com/tolle-erfindungen>.

Deutscher Filmpreis (online). 2011. (citirano 29. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5508565,00.html>.

Deutscher Filmpreis, interaktiv (online). 2011. (citirano 29. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.deutschlern.net/deutsch-lernen/dw-top-thema/hoerverstehen/14138/aufgabe.html>.

Deutsche Fachmessen (online). 2011. (citirano 10. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.messen.de/de/1153/branchen/Multimedia.html>

Deutsche Messen (online). 2011. (citirano 10. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.euroexpo.de/german/>.

Diskussion vorbereiten (online). 2011. (citirano 10. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.ellviva.de/Tests-Persoenlichkeit/ueberzeugen-ueberreden.html>.

DVD-Beispiel (online). 2011. (citirano 20. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://av1.de/multimedia/dvds.html>.

EFM-Unternehmenspräsentation (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.efm.de/6.html> .

Einblick in den PC (online). 2011. (citirano 21. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.youtube.com/watch?v=taVqs9ZheyE>.

Etikette richtig im Griff (online). (citirano 10. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.gehalts-check.de/karriere/karriere/benimmregeln.html>.

Europass (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
http://europass.cedefop.europa.eu/europass/home/hornav/Introduction.csp?loc=de_DE.

Europass-Lebenslauf (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://europass.cedefop.europa.eu/europass/home/hornav/Downloads/EuropassCV/CVTemplate.csp>.

Fernsehreportage (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu:
<http://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/kommunikation/bedeutung/medien02.php>.

Film aus Videoaufnahmen (online). 2011. (citirano 29. 4. 2011). Dostopno na naslovu:
http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/handouts/anleitung_magixvideodeluxe.pdf.

G.R.A.M.-Unternehmenspräsentation (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.kulturserver-graz.at/v/g.r.a.m..html>.

Handy, interaktiv (online). 2011. (citirano 29. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.deutschlern.net/aufgabe.php?show=6&lc=2578&id=18125>.

Im Team sprechen, interaktiv (online). 2011. (citirano 4. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.goethe.de/lrn/prj/mol/mln/de81279.htm>.

Informationen für Berufsstarter, Wien, Sparkassenverlag GmbH, 1985, S.14.

Informationsgesellschaft (online). 2011. (citirano 23. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.insm.de/insm/Wissen/Lexikon/i/Informationsgesellschaft.html>.

Informationsmanagement (online). 2011. (citirano 25. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.insm.de/insm/Wissen/Lexikon/i/Informationsmanagement.html>.

Internet-Begriff (online). 2011. (citirano 25. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.internet4jurists.at/intern10.htm>.

Internet-Clips (online). 2011. (citirano 20. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://av1.de/multimedia/dvds.html>.

Internetdienste (online). 2011. (citirano 25. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.netplanet.org/dienste/>

MEMO, *Hi-Fi*, Langescheidt, 1995, S.140

Hifi-Show (online). 2011. (citirano 2. 5. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.hifijournal.si/2010/dogodki/multimedia-hifi-show-%E2%80%93-ljubljana-2010/>.

Hörfunk (online). 2011. (citirano 26. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.netzwelt.de/news/75122-massenmedien-wandel-radio.html>.

Lifaßsäule (online). 2011. (citirano 20. 3. 2011). Dostopno na naslovu: <http://de.wikipedia.org/wiki/Litfa%C3%9Fs%C3%A4ule>.

Knigge (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.sf.tv/sendungen/myschool/media/3363_interaktiv/online_ab/umgangsformen.htm.

Medien-Begriff (online). 2011. (citirano 20. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.spiegel.de/lexikon/54354104.html>.

Medienkunst, HV (online). 2011. (citirano 20. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.goethe.de/kue/flm/prj/kub/bdk/de3946144.htm>.

Medienunternehmen (online). 2011. (citirano 5. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://de.wikipedia.org/wiki/Medienunternehmen>.

Messegespräche. Am Messestand (online). 2011. (citirano 10. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.langenscheidt-unterrichtsportal.de/downloads/viz/104.mp>.

Messegespräche. *Erstes Kontaktgespräch* (online). 2011. (citirano 10. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.langenscheidt-unterrichtsportal.de/downloads/viz/114.mp3>.

Messegespräch führen (online). 2011. (citirano 10. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.langenscheidt-unterrichtsportal.de/downloads/viz/124.mp3>.

Messen (online). 2008. (citirano 4. 5. 2008). Dostopno na naslovu: <http://www.gzs.si/slo/>.

Migros (online). 2011. (citirano 6. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://de.wikipedia.org/wiki/Migros>.

Multimedia-Begriff (online). 2011. (citirano 8. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www-is.informatik.uni-oldenburg.de/~dibo/teaching/sem/Ausarbeitungen/lucks/node4.html>.

Noch besser telefonieren, Video (online). 2011. (citirano 20. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.youtube.com/watch?v=VcK7YLM93p4&feature=related>.

Online-Bewerbung, interaktiv (online). 2011. (citirano 6. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.goethe.de/lrn/prj/mol/mln/de111655.htm>.

Online-Zukunft (online). 2011. (citirano 18. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5976340,00.html>.

Podcasting (online). 2011. (citirano 6. 1. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.netzwelt.de/news/75122_2-massenmedien-wandel-radio.html,
http://www.netzwelt.de/news/75122_3-massenmedien-wandel-radio.html.

Redemittel zum Telefonieren, HV (online). 2011. (citirano 22. 4. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.albertiniweb.fr/Redemittel/Eintr%C3%A4ge/2007/10/23_Termin_am_Telefon_%281%2C6_mb%29.html.

Redemittel zum Telefonieren, *Auskünfte*-HV (online). 2011. (citirano 22. 4. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.albertiniweb.fr/Redemittel/Eintr%C3%A4ge/2007/10/23_Ausk%C3%BCnfte_erhalten_%281%2C2_MB%29.html

Stellenangebote-Daimler (online). 2011. (citirano 13. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.jobscanner.de/stellenangebote.php?show=68&firma=Daimler>. *Still und Etikette*, Video (online). 2011. (citirano 20. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.youtube.com/watch?v=AchErsF7GHU&feature=related>.

Termin vereinbaren, HV (online). 2011. (citirano 22. 4. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.schubert-verlag.de/aufgaben/uebungen_a2/a2_kap4_hoeren2.htm.

Unternehmen-Rechtsformen (online). 2011. (citirano 3. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://de.wikipedia.org/wiki/Unternehmen#Rechtsform>.

Visual-Net-Unternehmenspräsentationsvideo (online). 2011. (citirano 3. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.youtube.com/watch?v=djxMhholi4s>.

Vorstellungsgespräch (online). 2011. (citirano 3. 1. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.br-online.de/wissen-bildung/telekolleg/faecher/deutsch/sprache/folge_4/.

Vorstellungsgespräch, interaktiv (online). 2011. (citirano 3. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.goethe.de/lrn/prj/mol/mln/de42268.htm>.

Welttag des Buches (online). 2011. (citirano 28. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.welttag-des-buches.de/de/135900>.

Wichtige Geschäftskompetenzen (online). 2011. (citirano 12. 1. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.eu-eqt.de/eu_dlm/html/module_deu/12deu.pdf.

Zankapfel Social Media (online). 2011. (citirano 29. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,6150795,00.html>.

Zehn Knigge-Fehler (online). 2011. (citirano 12. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <https://www.business-best-practice.de/ratgeber/gratistest/stil-und-etikette.php>.

Zeitungen (online). 2011. (citirano 20. 1. 2011). Dostopno na naslovu: http://www.mittelschulvorbereitung.ch/content_new/ssv/SA43psZeitung.pdf.

Zeitungen, HV (online). 2011. (citirano 20. 1. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.slowgerman.com/2008/11/24/zeitungen/>.

Zimmerreservierung (online). 2011. (citirano 30. 4. 2011). Dostopno na naslovu: <http://www.schulmodell.eu/index.php/informatik/304-brief.html>.

Zukunftsvisionen (online). 2011. (citirano 20. 1. 2011). Dostopno na internet naslovu <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5079395,00.html>.

Projekt **Impletum**

Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11

Konzorcijski partnerji:



Operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja in prednostne usmeritve Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.